

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rohman. 2017. Dasar-dasar Manajemen. Malang. Intelegensia Media.
- Adnan. (2020). Pengaruh Atmosfer Café, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Dokter Kupu Café Di Kota Lhokseumawe).9(1), 15–25. <https://Ojs.Unimal.Ac.Id/Visi/Article/View/4842>
- Afandi, P. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.
- Annatiqa R & Ignatius H.S. (2023). Store Atmosphere, Word Of Mouth dan Price Perception Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB) Volume 5*, Nomor 1, Januari-Juni 2023. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5465>
- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ALFAMART BSD TANGERANG SELATAN. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), 29–36. <https://doi.org/10.32493/JEE.v3i1.7272>
- Baehaqi, Mohammad A., et al. "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Customer Satisfaction dan Keputusan Pembelian Konsumen." *Widya Manajemen*, vol. 4, no. 1, 2022, pp. 21-33, doi:[10.32795/widyamanajemen.v4i1.1878](https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i1.1878).
- Baharuddin, A., & Sudaryanto, B. (2022). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP REPURCHASE DECISION DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA COFFEE SHOP (Studi Pada Konsumen Coffee Shop di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1). Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/33803>
- Bayu Rifa, dkk. 2020. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar". Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Mahasaraswati Denpasar: Denpasar.
- Beni Iswanto & Indah Handaruwati. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Alat Listrik. *Jurnal Manajemen Riset dan Teknologi Universitas Karimun (JURNAL MARITIM) Vol. 4 No.2 Februari 2023*. <https://doi.org/10.51742/ojsm.v4i2.692>
- Berman, Barry, Joel R. Evans, Patrali Chatterjee (2018) *Retail Management A Strategic Approach*, Edisi 13, Global Edition, UK: Pearson
- Czinkota, M. R., Kotabe, M., Vrontis, D., & Shams, R. (2021). *Marketing Management*, 4 Edition. Gewerbestrasse: Springer Nature.

- Dasmadi, D. (2022). The Effect of Store Atmosphere and Social Media Marketing on Purchase Decisions on Consumers of the Damandiri Cafe. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(7), 2654-2657. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i7.749>
- Dewi, P. S. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan yang Dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol. 12 (2), 88–90.
- Dian Ari Nugroho. 2017. Pengantar Manajemen Untuk Organisasi Bisnis, Publik, dan Nirlaba. UB Press.
- Evans, Joel R. 2018. Retail Management. Thirteen E. United Kingdom: Pearson.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi Keempat, Andi Offset, Yogyakarta.
- Firmansyah, Anang dan Mahardhika, Budi W. (2018). Pengantar manajemen. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Fitria, A. D., & Sijabat, R. (2021). The Influence of Store Atmosphere and Social Media Marketing on Purchase Decisions through Prices at the Unnathi Pakubuwono Beauty Clinic Jakarta. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(4). <https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.3457>
- Fitrianna, H. (2022). Pengaruh Price Perception, Store Atmosphere dan Product Diversity terhadap Purchase Decision Produk Starbucks Coffee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 747-753. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1550>
- Hazrati Havidz, H. B. (2022). Effect of Price Perception and Service Quality on on Purchase Decisions . *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 3(4), 469–481. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v3i4.1473>
- Heri Sudarsono. 2020. Buku Ajar : Manajemen Pemasaran. CV. Pustaka Abadi.
- Iana, E., Prastowo, S. L., & Syah, H. (2023). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LIFESTYLE, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *EKONOMI BISNIS*, 29(1), 30–46. <https://doi.org/10.33592/jeb.v29i1.3641>
- Kotler & Keller. 2016. Capturing Marketing Insights (Electronic Version). In *Marketing Management*.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Managemet. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Malik, F., Yaqoob, S., & Aslam, A. S. 2012. Fozia Malik. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 4(5), 487-506.
- Mardeliana, C. ., & Rachmi , A. . (2021). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN MINANG SABANA MOJOKERTO. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 53–56. Retrieved from <https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/1890>
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1077–1086.
- N. Paramananda & I Putu Gede S. (2018). The Impact Of Price Perception and Brand Image On Customer Satisfaction and Repurchase Intention. *International Journal of Economics, Commerce and Management Vol. VI, Issue 10*, October 2018 ISSN 2348 0386. <http://ijecm.co.uk/>
- Opendata jabar prov. (2023). *Jumlah café dan resto 2018-2021*. <https://opendata.jabarprov.go.id/id>.
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga Jual Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Ok Smart Shop Marelan. *Jurnal Manajemen Tools*, Vol. 10 (2), 15–16.
- Paramitta, R., & Sofiani, S. (2023). ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI DI KAYU KAYU RESTAURANT ALAM SUTERA. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(2), 1031–1042. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i2.928>
- Resty W, dkk. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan *Coffee* Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA Vol. 10 No. 3 Juli 2022*. Hal 388-399. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41953>
- Robbins, S. P. 2016. Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Savira, Y., & Putro, T. A. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE (SUASANA TOKO) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO BANGUNAN UD TRIPUTRA SELARAS. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 5(1), 81–93. Retrieved from <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/465>
- Solomon, Michael R. (2018). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being Twelfth Edition. England: Pearson.

- Steve A, & Liem G.S. (2020). The Influence of Store Atmosphere on Purchasing Decisions and Customer Satisfaction: A Case Study at the Pacific Restaurant, Blitar. *Journal of The Community Development in Asia*. DOI: <https://doi.org/10.32535/jcda.v3i3.891>
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar : Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supardi, S., & Maryanto, M. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(1), 33–44. <https://doi.org/10.55606/jumbiku.v2i1.70>
- Terry, G. R. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Terjemahan: Ticoalu. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2018. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana. 2020. *Pemasaran : Penerbit Andi Yogyakarta*.
- Ulami, Whidya, Christina. 2017. *Manajemen Ritel: Strategi & Implementasi Operasional Bisnis Ritel*. Bandung: Kencana
- Wulandari, W. T. O. S., Susena, K. C. ., & Handayani , S. . (2022). The Effect of Store Atmosphere and Location on Purchase Decisions in Bengkulu City Mode Shopping . *Journal of Indonesian Management*, 2(1), 21–26. <https://doi.org/10.53697/jim.v2i1.440>