

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Hermawan dan Kastawan Mandala. (2018). *Pengaruh Retail Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Foodmart Primo Lippo Mall Kuta. E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 2.
- Adiyanto, Yoga. (2021). *The Effect of Store Atmosphere (Store Mobile) and Location on Consumer Buying Interest In Building Store Sumber Intan In Pulo Ampel District. International Journal of Economics, Management, Business and Social Science (IJEMBS)*, Vol. 1, Issue 2.
- An'nisa, Vita. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Little Wings di Bandung Tahun 2016. *E-Proceeding of Applied Science*, Vol. 2 No. 2, 475-500
- Arikunto, M. (2014). *Strategic Management: The Most Admired Companies*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Arkam, M. Mabur. (2020). Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol.5 No.1, 18-25.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Basu Swastha & Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Berman, Berry and Joel. R. Evans. (2014). *Retail Management*, New Jersey: Prentice Hall, dialih bahasakan oleh Lina Salim.
- Beyhaki, Arifin, Z., & Yulianto, E. (2017, Oktober). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Daihatsu Xenia Periode Januari –

Desember 2014 pada PT Daihatsu Jolo Abadi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 31 No. 2, 93-99.

Dalihade, M. P., Massie, J. D., & Tielung, M. V. (2017). Pengaruh Potongan Harga dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(3).

Djohan, A. J. (2016). *Manajemen & Strategi Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.

Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Farizal, Feni. & Muhajirin. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Zam-Zam Kota Bima. *Jurnal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(3),245-250.

Fauziah, Z., Kumadji & Mawardi, M.K., (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Emosi dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 33(2), 134-144.

Firmansyah, M.A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.

Fure, Hendra. (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Jurnal Manajemen. FE-Universitas Sam Ratulangi, Manado.

Gama. (2016). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati*, 10(2), 22-30.

Hair, J.F., et al. (2014). *Multivariate Data Analysis, Seven Edition*. Person: USA.

- Hamuda, D.D. (2017). Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berbelanja Di Matahari Department Store Java Mall Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 47-56.
- Heizer & Render. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen. Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. New Jersey: Person.
- Hidayat, Rachmat & Atsari Sujud. (2019). Pengaruh Atmosfer Toko, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Planet Ban Margonda Raya, Depok. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 15 No. 1, 17-29.
- I. Aliyah, S. A. S. Aulia. (2019). *The Flexibility of Parking Space of Traditional Market in the City Center (Case Study: Pasar Gede Of Surakarta)*. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1-10.
- Khairul, Muhammad., dkk. (2019). Faktor Utama Pemilihan Lokasi Kafe Di Kota Surakarta. *Open Access*, Vol. 1 No. 2, 108-120
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*, 1(3), 1251-1259.

- Lamb, Hair and Mcdaniel. (2012). *Pemasaran*, Edisi Pertama, dialih bahasakan oleh Bob Sabran, Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba.
- Marlius, D. (2017). *Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang*. 01(01), 57-66.
- M. D. Rumajar., A.L. Tumbel., W.Djemly. (2022). Pengaruh Lokasi dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warkop Kemang Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 10 No. 3, 266-275
- Nofiwati dan Beli Yuliandi. (2014). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet Nyenyas Palembang*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 12 No.1.
- Nurlia, Lia. (2020). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, Vol. 2 No. 3, 1-12.
- Purnamasari, Nuraisyah Dwi dan Maolana Hidayat. (2016). *Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warung Misbar Bandung Tahun 2016*. *Jurnal E-Proceeding Of Applied Science*. Vol.2 No.2, 441-447.
- Purnomo, Albert Kurniawan. (2017). *Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y Pada Old Bens Cafe*. *Jurnal Manajemen Maranatha*. Universitas Kristen Maranatha, Vol. 16 No. 2. Hal 133-212
- Purwa, Zaldy., dkk. (2019). Analisis Kebutuhan Ruang Parkir (*Off Street Parking*) di Kawasan Pasar Pucang Surabaya. *Jurnal Transportasi*, Vol. 2 No.2

- Putri, L. H., Kumadji, S., & Kusmawati, A. (2014). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Monopoli Café and Resto Soekarno Hatta Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 15, No. 2.
- Ratnasari, V. A., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Hedonic Shopping Value dan Impulse Buying (Survei pada Konsumen Hypermart Malang Town Square), 2Djohan, A. J. (2016). *Manajemen & Strategi Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Reza, & Sukaris. (2022). *Effect of Price, Location, and Store Atmosphere on Purchasing Decisions at Islamic Boarding School Cooperatives Mamba'us Sholihin Suci Manyar Gresik (Studies on the Gresik Sacred Society)*. Indonesian Vocational Research Journal, Vol. 2, No. 1. 13-17.
- Ruksimono, Martinus., & AM. Chandra Gunawan. (2013). Pengaruh Tempat Parkir, Jarak Penglihatan, Peritel yang Berdampingan Terhadap Kesuksesan Bisnis Toko Sparepart dan Variasi Motor di Surabaya. *e-Jurnal Kewirausahaan*, Vol. 1 No. 1, 53-68.
- Sari, Indah., R. Hidayat (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs. *Jurnal of Trends Economics and Accounting Researc*, Vol. 1 No. 2, 74-81
- Sastrawan. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima Di Pantai Penimbangan Kecamatan Buleleng*. Singaraja: UNDIKSHA.

- Siagian, H. E., Wahono, R., & Erlita, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bravo Resto. *Jurnal Syntax Idea*, Vol.2 No. 5 ISSN.2684-883X.
- Sibarani, C. G. G. T., Suharianto, J., & Nelly Armayanti. (2019). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. ANDI.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Center of Academic Publishing Service (CAPS).
- Tanjung, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(03), 1-18.
- Theresia Esti Mardhikasari, (2014). Pengaruh Store Atmosphere Lokasi Toko dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Kampus.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (ke-4)*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Andi Offset.
- Tobing, R., P., & Bismala, L. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 73-81.
- Utami, I. A. I. S., & Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 7.

- Widyanto, Achmad Indra, Edy Yulianto & Sunarti. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Distro Planet Surf Mall Olympic Garden Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.14 No.1, 1-6.
- Wulandari, Putri. (2019). Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Buku Zanafa Pekanbaru. *JOM FISIP*, Vol. 6, 1-15.
- Yuliani. (2015). *Pengaruh Lokasi, Harga, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Berbelanja Konsumen di ABC Swalayan Purbalingga*. Fakultas Ekonomi. Jurnal Sains dan Pemasaran Indonesia, Vol. 7, No. 9.

