

DAFTAR PUSTAKA

- Achyar, A., & Rahardiana, A. (2018). Analisis Pengaruh Visual Merchandising Pada Perilaku Impulse Buying: Studi Merek H&M. *Emerging Markets: Business and Management Studies Journal*, 6(1), 43-57.
- Adyarinanda, W. H., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Roemah Kopi Bandung). *eProceedings of Management*, 4(2).
- Anggraini, I. D., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Visual Merchandising Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Miniso Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).
- Angkouw, B. W., Lapian, J. S., & Loindong, S. S. (2021). Keputusan Pembelian Di Pt. Bosowa Berlian Motor Manado Pada Masa Pandemi Covid-19 Serta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1189-1200.
- Arifin. 2010. "Dampak Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal pada Fakultas Ilmu Administrasi Unibraw Malang*.
- Astari, I. Y. (2019). Pengaruh Display, Harga, Promosi, Pelayanan, Dan Interior Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosir Pakaian Aziziah Kota Kediri. *Jurnal Ekuivalensi*, 5(1), 83-97.
- Azis, Y. M., Susanti, S., & Triana, A. (2019). Application of regression analysis in reviewing the effect of store atmosphere on the purchase decision process. *International Journal of Business and Technology Management*, 1(3), 1-11.
- Bahri, B. (2018). Keputusan pembelian dan kepuasan konsumen dipengaruhi variabel lokasi, pelayanan, kualitas produk, nilai emosional, dan disain interior yang berdampak pada tingkat pembelian. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 8(1), 60-80.
- Chate, R. A. A., & Gaunekar, A. U. (2019). Impact of Exterior Variables on Buyer Behavior in Organized Retail Sector. *Journal of Marketing and Sales Management*, 3.
- Destriasari, D., Hartini, S., Wihartika, D., & Hasrul, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Klasik Coffee & Breakfast (Studi Kasus Pada Konsumen Klasik Coffee & Breakfast). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 6(4).

- Dessyana, C. J. (2013). Store atmosphere pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Garaus, M., Wagner, U., & Kummer, C. (2015). Cognitive fit, retail shopper confusion, and shopping value: Empirical investigation. *Journal of Business Research*, 68(5), 1003–101
- Gunawan, O. (2013). Pengaruh Visual Merchandising dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying Behaviour yang di Mediasi Impulse Buying Tendency pada “Etude House” Grand City Mall di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 2(2).
- Heizer.J., dan Render.B. (2015). *Manajemen operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11, Jakarta:Selemba Empat
- Husaini, Z. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rehat Coffee Pekanbaru. In *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*.
- Indranopa, R., & Hermanto, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Distro-Distro di Mataram). *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), 195-216.
- Isalman, I., & Robby, R. D. (2022). Daya Tarik Desain Eksterior dan Interior Kedai Kopi Terhadap Keputusan Pembelian di Local Coffee Kendari. *Jurnal Ekonomi dan Statistik Indonesia*, 2(1), 115-123.
- Iswandani N., Rachma N., & Rachmat A. (2017). Pengaruh Store Layout, Interior Display Dan Human Variable Terhadap Customer Shopping Orientation. *Jurnal Warta Ekonomi*, 07(17).
- Iswanto, B., & Handaruwati, I. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Alat Listrik. *Jurnal Manajemen Riset Dan Teknologi*, 4(2), 178–188.
- Katarika, D. M., & Syahputra, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop di Bandung. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 162-171.
- Kertiana, I. K. D., & Artini, I. G. A. K. S. (2019). Pengaruh Visual Merchandising, Atmosfer Toko, dan Display Produk Terhadap Impulse Buying Pelanggan Ramayana Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6533- 6557.

- Khasanah, A. F. (2020). Pengaruh Exterior, General Interior, Store Layout Dan Interior Display Terhadap Keputusan Pembelian Di Trio Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 300-310.
- Kotler, P. dan G. A. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 jilid 1). Erlangga. Kotler Phillip. (2021). *manajemen pemasaran*. CV Budi Utama, Jakarta
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2018). *Dasar-dasar Pemasaran*. Alih Bahasa Bob Sabran. Jilid 4. Edisi Kesembilan. PT. Indeks Gramedia. Jakarta.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 607-610.
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Lokman, L. G., Kristianto, D., & Kristanti, M. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Interior Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Restoran Imperial Lamian Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2(1), 256-270.
- Mardiah, A., Evanita, S., & Septrizola, W. (2021). Pengaruh Store Layout, Interior Display dan Human terhadap Shopping Orientation. *Journal of Management and Business Review*, 18(3), 599-613
- Mudie, P. (2013). Chapter 3 – Design of the service p.47-64. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Nasution, R. H., & Safina, W. D. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Product Quality Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bel Medan Johor. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 165. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.145>
- Novalia, N., & Hanindah, H. (2018). Pengaruh Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian pada mutiara super kitchen bandung. *MANNERS*, 1(1), 1-13.
- Nurmalasari, A., & Rahardjo, S. T. (2015). Analisis Pengaruh Creative Promotion, Visual Merchandising dan Harga Pada Keputusan Pembelian Produk Ritel Fashion (Studi Kasus pada Konsumen PT. Mitra Adi Perkasa). *Diponegoro Journal of Management*, 489-497.
- Pancaningrum, E. (2017). Visual merchandise dan atmosfer toko: Pengaruhnya terhadap keputusan pembelian impuls. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 17(1).
- Pragita, Atika Ayu, Achmad Fauzi dan Srikandi Kumadji. 2013. “Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Emosi dan Dampaknya Kepada

- Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung Baker's Kings di Mall Olympic Garden Malang)". *Jurnal Profit*. Vol. 7. No. 1. Hal. 1 – 11. Universitas Brawijaya. Malang.
- Rachman, A. S., Nangoy, O. M., & Widjadja, W. (2023, March). Pengaruh Store Atmosphere Dan Visual Merchandising Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. In *Senada (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi)* (Vol. 6, pp. 278-268).
- Rahmawati, L., & Nikmah, F. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 125-128.
- Riswanto, A., & Abu Bakar, M. M. (2023). Pengaruh Eksterior (Luar Toko), Interior (Internal Store), Layout Toko (Store Layout) Dan Interior Display (Storage Arrangements) Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Eceran Modern (Survei Konsumen Ritel Modern di Kabupaten Sukabumi). *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(1), 18-27.
- Rohaeni, H., & Damayanti, A. (2018). Pengaruh Store Layout Terhadap Impulse Buying di Toko Buku Gramedia Istana Plaza Bandung. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, dan Akuntansi*, 10(2), 177-192.
- Saputro, Y. A. (2019). Pengaruh visual merchandising terhadap impulsive buying pada produk fashion.
- Sari, D. R. D. K. (2019). Pengaruh Store Atmosphere (General Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display) Terhadap Purchase Decision Konsumen Keboen Kopi Karanganyar Kabupaten Blitar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 7(2).
- Sathyanarayana, S., Harshini, C. S., & Sudhindra, G. (2017). An Analytical Study on the Impact of Visual Merchandising on Impulsive Buying Behaviour in Shopper Stop. *Int. J. Sci. Basic Appl. Res. (IJSBAR)*, 36, 112-132.
- Septina, A. Y. (2022). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Cafe) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Flex Coffee & Diner Banjarmasin (Doctoral dissertation, universitas islam Kalimantan MAB).
- Setyaningrum, E. N. (2020). Analisis Persepsi Faktor-Faktor Visual Merchandise Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Rumah Makan (Studi Kasus di Bara-Bara Malang). In *Paper Knowledge Toward a Media History of Documents. Small-Sample Techniques. The NEA Research Bulletin*, Vol. 38 (December, 1960), p. 99

- Soomro, Y. ali, Kaimkhani, sana abbas, & Iqbal, J. (2017). Effect OF Visual Merchandising Elements OF Retail Store On Consumer Attention. 11(1), 21–40
- Sopiyan, P. (2020). Pengaruh Strategi Harga dan Visual Merchandising terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 193. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i2.2204>
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiorini, I. (2017). Pengaruh Store atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Eramart Tenggara Samarinda. *Journal of Menegement and Bussines*, 5(2), 511-520.
- Tampubolon, Manahan.2018.*Manajemen Operasi dan Rantai Pemasok*.Jakarta: Mitra Wacana Media
- Tamsir, S. P., Hamid, S., & Sodik, J. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Boedjang Cafe Karawang. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(4), 2812–2824. <https://doi.org/10.58258/jime.v8i4.3983>
- Tanady & Fuad (2020) Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*. Volume VI, Number 1, 2022.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.
- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian di gramedia Manado. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 8(1), 21-27.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2020). *Service Quality dan Satisfaction*, edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turley, L. W. & Milliman, R. E. 2015. Atmospheric Effects On Shopping Behavior: A Review Of The Experimental Evidence. *Journal of Business Research*, 49: 193–211.
- Utami, Christina Widya. (2017). *Manajemen Ritel Edisi 3*, Salemba Empat, Jakarta.
- Wanninayake, W. M. C. B., & Randiwela, P. (2007, October). The impact of visual merchandising on consumer store choice decisions in Sri Lankan supermarkets. In *7th Global conference on Business & Economics* (Vol. 10, pp. 13-14).

- Waruwu, E. S. S., & Purnomo, H. (2020). Analisis Pengaruh Store Layout, Interior Display, General Interior, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Beli Konsumen Indomaret di Yogyakarta. *JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI (EQUILIBRIUM)*, 14(II).
- Widyanto, A. I. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Distro Planet Surf Mall Olympic Garden kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(1).
- Wijesinghe, A. G. K., Senadeera, U. M. R. M. I., & Abeynayake, N. R. (2021). Exploring Consumer Intention and Perceptions towards Purchasing Local Milk Powder. *Journal of Food and Agriculture*, 14(1), 18. <https://doi.org/10.4038/jfa.v14i1.5240>
- Yusi, Y. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Aneka Baru Singkawang. *hectocorn*, 1(2), 123-138.
- Chate, R. A. A., & Gaunekar, A. U. (2019). Impact of Exterior Variables on Buyer Behavior in Organized Retail Sector. *Journal of Marketing and Sales Management*, 3.