

DAFTAR PUSTAKA

- Anna Kavela, Ahmad Sazili. (2024). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Brand Cardinal Di Pt. Matahari Departement Store Ip Palembang. *In Jurnal Ekonomi,Manajemen,Bisnis,Auditing dan Akuntansi* (Vol.9)
- Arianti, A., Wulandari, S., Harga,) -Pengaruh, Hidup, G., Pembelian, K., Coffee, D. B., & Medan, R. C. (2022). *Pengaruh Harga, Store Atmsosphere dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di Benu Coffee and Roastery Cabang Medan: Vol. IX* (Issue 2).
- Arisandi, M. H., Rahman Jannang, A., & Subhan. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Gaya Hidup dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Paddock Cafe di Kota Ternate. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 14398–14410.
- Aryani, Y & Gustian. D. (2020). Sistem informasi penjualan barang dengan metode regresi linear berganda dalam prediksi pendapatan perusahaan. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 2(2), 39-51.
- Aulia, D., & Tegar Irsyad, M. (2025). Pengaruh Store Atmosphere dan Life Style terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Coffee Shop Parewa). *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 3(1), 200–216.
- Berman, B., & Joel R, E. (2007). *Retail Management : a Strategic Approach*. Edisi 10. . Pearson Prentice Hall.
- Dahmiri, D., Hasbullah, H., & Sari, S. S. (2020). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 15–22.
- Dewi, M. P. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Promotion, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Habbit Eatery Coffee Malang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(2), 26-36.
- Elmi Krisito, R., Yacob, S., & Yuniarti, Y. (2020). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Lucky Coffee Kota Jambi. *In Jurnal Dinamika Manajemen* (Vol. 8, Issue 3).
- Farikha, D. Z., & Samboro, J. (2024). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Miniso Mall Olympic Garden Kota Malang. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 18(1), 1-11.
- Fatmawati, I., Astuti, F. D., & Iswanti, L. (2021, January). *The influence of store atmosphere, shopping lifestyle, and time availability on emotional response and impulse buying*. In *4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)* (pp. 346-354). Atlantis Press.

- Febriatmoko, A. (2018). Pengaruh Store Atmosphere dan harga terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen palapa toserba Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4).
- Hakim, A. M., Jannang, A. R., & Subhan, S. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Paddock Cafe Di Kota Ternate. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 14398-14410.
- Hussain, R., & Ali, M. (2015). Effect of store atmosphere on consumer purchase intention. *International journal of marketing studies*, 7(2).
- Kartiningrum, E. D., Notobroto, H. B., Otok, B. W., Kumarijati, N. E., & Yuswatiningsih, E. (2022). *Aplikasi Regresi dan Korelasi Dalam Analisis Data Hasil Penelitian*. STIKes Majapahit Mojokerto.
- Iesyah, R. (2021). Pengantar Dasar Statistika. LPPM Unhasy Tebuireng Jombang. <http://www.lppm.unhasy.ac.id>.
- Mansur, T., & Nurhadi, M. M. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Harga Terhadap Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Pamella Tujuh Swalayan Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2, 655–663.
- Nadeak, M. R., & Mandataris, M. (2024). Pengaruh Store Atmosphere dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Scapp Production Pekanbaru. *eCo-Buss*, 7(2), 870-881.
- Pradana, N. R., & Wardana, W. (2019). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian dengan respon anak sebagai variabel moderator (Studi pada Keluarga Konsumen Toko Ritel di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen UNY*, 16(2), 71-82.
- Putri, A. H. (2022). *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kec. Koto Gasib* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Refiani, A. S., & Mustikasari, A. (2020). Analisis pengaruh sosial media marketing melalui instagram terhadap keputusan pembelian studi pada this! By alifah ratu tahun 2020. *EProceedings of Applied Science*, 6(3).
- Regina, T. (2024). Dampak media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 13(1), 50-57.
- Simbolon, O. (2018). *Skripsi Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Kasus Pada Pelanggan Mcdonald's Jl.Ringroad Medan).

- Siregar, T. H. A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pia Cap Mangkok Cabang Soekarno Hatta Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 9-12.
- Syafina, L., & Harahap, N. (2019). Metode Penelitian Akuntansi (1st ed.). FEBI UIN-SU Press.
- Syarifuddin, & Saudi, I. Al. (2022). Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS. Bobby Digital Center.
- Wulansari, N., & Majid, A. A. (n.d.). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Kemakola Cafe Kabupaten Padang Pariaman*.
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS. Mandala Press.

