

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullahu, G., & Fejza, E. (2020). After - Sales Service and Pricing as Determinants on Consumer Buying Decision in Automotive Industry Case Study: Porsche Kosova. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 9(2), 36. <https://doi.org/10.36941/ajis-2020-0021>
- Amalia. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6. <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- Amilia, & Asmara. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 6. <https://ejurnalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213>
- Angger, P., & Nurafni, R. (2015). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA JIGOKU RAMEN BANDUNG. *e-Proceeding of Management*.
- Anisa. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minigood Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya*. <http://repository.ubharajaya.ac.id/15880/>
- Dzulkharnain. (2019). PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *IQTISHADequity*, 1. <http://dx.doi.org/10.51804/iej.v1i2.543>
- Fadilah, & Sujarwo. (2021). Analisis Hubungan Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian

Ulang Benih Padi Janger Inpari 32. *Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*.

Fauzi. (2018). *PROMOSI ONLINE, PERSEPSI HARGA SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN WANITA BERBELANJA FASHION SYAR'I ONLINE DI INSTAGRAM LAILA GHANI MALANG*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/12218/>

Felita, P. (2021). *ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PROMOTION TOOLS TERHADAP BUYING DECISION MELALUI BRAND IMAGE PADA SOCIOLLA DI SURABAYA*. <http://repository.ukwms.ac.id/id/eprint/25965/>

Fitrianna. (2022). Pengaruh Price Perception, Store Atmosphere dan Product Diversity terhadap Purchase Decision Produk Starbucks Coffee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3, 747–753. DOI 10.47065/ekuitas.v3i4.1550

Ghozali. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=kbmkiqqaaaaaj&citation_for_view=kbmkiqqaaaaaj:4hFrpxpac9AC

Ghozali. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=kbmkiqqaaaaaj&citation_for_view=kbmkiqqaaaaaj:k6nH7jlkATkC

Gustino, A. (2019). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MARONES COFFEE BANDUNG*. <http://repository.unpas.ac.id/43225/>

Hanum, & Hidayat. (2017). *FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM*

KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK NIKE DI KOTA MEDAN. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 6. <https://core.ac.uk/download/pdf/235003954.pdf>

Jaya, H., & Suparna, G. (2018). PENGARUH ATMOSFER TOKO, KESESUAIAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TEMDAY STORE DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Unud*. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i06.p2>

Kotler, & Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1.* (Maulana, Barnadi, & Hardani, Ed.). Erlangga. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=169619>

Mansur. (2018). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA PAMELLA TUJUH SWALAYAN YOGYAKARTA).*

Mendur, Tawas, & Arie. (2021). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO IMMANUEL SONDER. *Jurnal EMBA*, 9. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296>

Mujid, & Andrian. (2021). STRATEGI CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP MINAT MELANJUTKAN SEKOLAH. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*.

Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan. (2021). PENGARUH SUASANA TOKO, KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230–243. <http://journal2.uad.ac.id/index.php/fokus>

- Panjaitan. (2018). *MANAJEMEN PEMASARAN*.
<http://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/233>
- Permatasari, & Erdkhadifa. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Pelayanan, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Pada Dendy Sky View Tulungagung. *Journal of Sharia Management and Business*, 2.
<http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/jmsb/article/download/7070/3186>
- Putri. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, STORE ATMOSPHERE, BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK UNIQLO* [STIE Malangkececwara].
<http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1538>
- Rahmawati, D., Rahadhini, M., & Sumaryanto. (2020). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei Pada Konsumen Marakez Café di Surakarta)*.
- Sangadji, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. CV. Andi Offset.
- Sari, & Lestari. (2019). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA MINAT PEMBELIAN ULANG KONSUMEN KERETA-API KELAS EKSEKUTIF ARGO PARAHYANGAN*. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Sihaloho. (2020). *PENGARUH MEDIA PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAYBELLINE DI CENTRO GRAND METROPOLITAN BEKASI*.

- Situmorang, & Lutfi. (2011). *Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis*. USU Press .
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=237811>
- Sugiyono. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*, 26–33.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=uUIIujUAAAAJ&citation_for_view=uUIIujUAAAAJ:IWHjjKOFINEC
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian manajemen. *Bandung: Alfabeta, CV*.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=uUIIujUAAAAJ&citation_for_view=uUIIujUAAAAJ:LkGwnXOMwfcC
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D. *Bandung: Alfabeta*.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=uUIIujUAAAAJ&citation_for_view=uUIIujUAAAAJ:hMod-77fHWUC
- Sumaryanti, Supriyanto, A., & Purnama, B. (2011). Karakterisasi Optik dan Listrik Larutan Klorofil Spirulina sp sebagai Dye Sensitized Solar Cell. *Jurnal Material dan Energi*.
- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21–23.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/23496>
- Widyasari, S. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASCARA MAYBELLINE MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM*.

- Wijaya, S. (2019). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Fakultas Ekonomi angkatan 2019 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya*.
- Winarsih, Mandey, & Wenas. (2022). 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*, 10. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/41953>
- Yuana, & Wahyuati. (2018). PENGARUH HARGA, STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/237/240>
- Yuliani, Mitariani, & Atmaja. (2021). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO FASHION DEWA AYU SHOP KLUNGKUNG. *EMAS*, 2. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1416>