

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin², K. A. Z., & Nurmayanti³, S. (2017). Pengaruh Diversifikasi Produk Elektronik Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pada Ud.Mekar Sari Di Praya Lombok Tengah. *Jurnal Magister Manajemen*, 6 (4)(2000), 1–14.
- Alkatiri, S., Tumbel, A. L., & Roring, F. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1781–1792. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16394>
- Andrian. (2017). Pengaruh Promosi, Potongan Harga, Dan Ragam Produk Terhadap Volume Penjualan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1–58.
- Andrian. (2019). Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3, 14–24. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1430>
- Arif, A. Z. (2017). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Pabean Surabaya. *Jurnal Ekonomi-Email: achmad. zarif@ gmail. com*.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Belkhamza, Z. (2017). The Effect of Perceived Risk on The Intention to Use E-Commerce. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 2(October), 29–35.
- Fitriani, H. N. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Breaktime Kota Bima*. 12(2), 37–46.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi

9. Semarang: Universitas Diponogoro.

Gracia, B. A., & Dipayanti, K. (2020). Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Kosumen Pada Toko Roti Breadlife Cabang Bintaro Exchange. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 62. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.6535>

Hair, J. F., Barry J, B., E.Anderson, R., & C.Black, W. (2015). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). English: Prentice-Hall.

Hermanto, R. I. dan A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Distro-Distro di Mataram). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 195–216.

Jakaria, Y. (2016). *Mengolah Data Penelitian Kuantitatif dengan SPSS*. Bandung: Alfabeta.

Jayathilake, H. M. T. M. (2018). Product diversification strategies: A review of Managerial skills for firm performance. *International Journal of Advancements in Researchand Technology*, 7(7), 90–100. <https://doi.org/10.14299/ijoart.07.07.004>

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis,Perencanaan,Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall Twelf Edition*.England: Person Education,Inc.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.Edisi 3.Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Hermawan. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Tradisional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Kotler, P., & Kevin. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.

- Laia, O., Dakhi, P., & F.Zalogo, E. (2021). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) terhadap Minat Beli Konsumen pada UD. As Laia Di Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen Dan Binsis*, 6(1), 10–22.
- Mahareni, S. (2014). Kontribusi Diversifikasi Produk, Kualitas Layanan, Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Gerai Amanda Kediri. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(1).
- Peña-García, N., Gil-Saura, I., Rodríguez-Orejuela, A., & Siqueira-Junior, J. R. (2020). Purchase intention and purchase behavior online: A cross-cultural approach. *Journal Heliyon*, 6(6). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04284>
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astutik, P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 259. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.308>
- Prawita, D., Lukitaningsih, A., & Welsa, H. (2020). Analisis Price Discount dan Perceived Usefulness terhadap Minat Pembelian Ulang Menggunakan Fintech melalui Intervening Customers Satisfaction (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Gopay di Kota Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Daulat Rakyat*, 4(2), 147–160.
- Priyatno, D. (2016). *SPSS HANDBOOK Analisis Data, Olah Data & Penyelesaian Kasus-kasus Statistik*. Yogyakarta: MediaKom.
- Putra, B. D., & Wijaksana, T. I. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Armor Kopi Bandung. *Jurnal E-Proceeding of Management*, 4(1), 878–886.
- Putri, T. C., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi*,

- Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(2), 56–65. <https://embiss.com/index.php/embiss>
- Ram dini, D. S., & Ismunandar, I. (2020). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Banana Pop Kota Bima). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(1), 150. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i1.163>
- Salimun, & Sugiyanto. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Begal (Bebek Galak). *Jurnal Sosial Humaniora*, vol 1, 563–577.
- Sandala, F D, Tumbel, A. L., & Tampenawas, J. La. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi, Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Beenji Cafe Di Sario Kecamatan Sario the Influence of Reference Group, Price Perception and Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention At Sme'S "B. 878 *Jurnal EMBA*, 9(1), 878–886.
- Sandala, Falian Daniel, Tumbel, A. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi, Presepsi Harga dan Store Atmosphere terhadap minat beli konsumen pada UMKM Benji Cafe di Sario Kecamatan Sario. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, VOL 9.
- Sandra, T. A., Setiawan, Z. F., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Store Atmosphere , Kualitas Pelayanan , Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 17–26.
- Shareef, M., Ali, I., & Kaldeen, M. (2019). Store Atmosphere And Consumer Purchasing Behavior: With Reference To Self-Serving Convenience Stores. *Seusl Journal Of Marketing*, 4(2), 32–42.
- Sujawerni, W. V. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: pustaka Baru Press.

- Sundalangi, M., Mandey, S. L., Jorie, R. J., Produk, K., Produk, K., Iklan, D. T., Potongan, D. A. N., & Terhadap, H. (2014). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 313–324. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i1.3829>
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rusdakarya.
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.
- 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. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23496.21-27>
- Thendeano, C. R., Sutanto, J., & Kristanti, M. (2020). Analisa Pengaruh Citra Merek Dan Potongan Harga Terhadap Minat Menginap Di Hotel Shangri-La Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 8(2), 35–51.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Uyung, S. (2007). *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.