

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriani, N. L., Piksi, P., Bandung, G., Hamali, A. Y., Piksi, P., & Bandung, G. (2020). Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk handuk pada PT Tatapusaka Sentosa Textile Mills Bandung. *AgemYUME : Journal of Manent*, 3(1), 14–29.
- Arkam, M. M. (2020). Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan. *Performa*, 5(1), 17–25. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1293>
- Artana, I. P. W., Wisesa, I. G. B. S., Setiawan, I. K., Utami, N. L. P. M. P., Yasa, N. N. K., & Jatra, M. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi kasus pada Indomaret di kota Denpasar). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 369. <https://doi.org/10.24843/eeb.2019.v08.i04.p03>
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Dahmiri, D., & Bhayangkari, S. K. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Etika Bisnis dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.33087/eksis.v11i1.177>
- Fakhri, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Cv. Lautan Rezeki Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(3), 255–261. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.283>
- Ilmu, J., & Manajemen, R. (n.d.). Pengaruh Harga Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giant Ekstra Rajawali Di Surabaya. *Bella Aprillya Sari Yahya Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.

- Iswati, Heni & Lestari, N. I. (2021). Pengaruh Display, Promosi Penjualan Dan Kualitas Produk Pada Toko Online Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen, Volume 11*.
- Mulyani, A. T. (2021). Pengaruh Lingkungan Toko, Promosi Penjualan, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Kosumen Di Ud. Sumber Rejeki. *Performa*, 5(4), 320–329. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1787>
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 5.
- Pareto: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. (2021). 6(1), 10–22.
- Pramezwary, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 24–31. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9376>
- Prasetyo, A., Fadhillah, M., & Cahyani, P. D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Konsumen Produk Dazzle Di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(4), 730–740.
- Rachman, T. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Lottemart Marvell City Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Situngkir, M. B., Rahayu, Y. I., & Zulkifli. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Ketersediaan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Meteor Cell di Jalan Gajayana Kota Malang). *The 2nd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021)*, 2(1), 174–183.
- Sopian, D., & Suwartika, W. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 11(2), 40–53.

<https://doi.org/10.37151/jsma.v11i2.5>

Tri hutomo putra, & Dahmiri. (2018). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada masyarakat Kota Jambi terhadap produk smartphone Xiaomi). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 1–9. [http://repository.unja.ac.id/5891/1/Artikel 13.pdf](http://repository.unja.ac.id/5891/1/Artikel%2013.pdf)

V. Wiratna Sujarweni. (2021). *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi*. Pustakabarupress.

Yan, R. G. P. S., Repi, A., & Lumanauw, B. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Pt Tridjaya Mulia Sukses Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(1), 106. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/18831>.

