

DAFTAR PUSTAKA

- Astut, Y. (2019). Pengaruh strategi periklanan dan sales promotion terhadap keputusan pembelian produk smartphone oppo dengan brand image sebagai variabel moderasi. *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I*, 3, 1–9.
- Berman B, Joel R. Evans, Patrali C. (2018). Retail management: a strategic approach, 13th ed, global edition.
<http://dspace.uniten.edu.my/jspui/handle/123456789/17825>
- Bujung, T. K. G., Tumbel, A. L., & Lumantow, R. Y. (2020). Pengaruh Suasana Toko Dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tekstil Kawangkoan the Influence of Store Atmosphere and Store Image on Consumer Purchase Decisions in Toko Tekstil Kawangkoan. *Jurnal EMBA*, 8(4), 1000–1009.
- 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>
- Gio, P. U., Caraka, R. E., Mulyaningsih, D. H., Sondari, M. C., Widiyanto, S., & Kurniawan, R. (2019). *Partial Least Square Path Modeling (PLS-PM) dengan Stratical-PLSPM* P. USU Press
- Ghozali, P. D. H. I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Badan Penerbit-Undip
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan PLS smart-PLS 3.0*. 25
<http://anandahussein.lecture.ub.ac.id/files/2015/11/Modul-PLS.pdf>.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>

- Juliandi, A. (2018). *Structural Equation Model Based Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS* (pp. 1-124). Universitas Batam. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2532119>
- Kusumowidagdo, A. (2010). 16) Pengaruh Desain atmosfer Toko terhadap Perilaku Belanja-Astrid Kusumowidagdo Yi. *Journal of Marketing*, 3(1), 31–46.
- MA Fadhillah. (2019). Pengaruh Media Sosial dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Restoran Dapoer Penyet Cabang Festival Citylink repository.unpas.ac.id
- Marsella, D. D., Taufik, M., & Hartono. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 2(4), 236–241.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103.
- Narayana, K. G. S., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran Brand Image Memediasi Social media Marketing Terhadap keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1962. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p16>
- Tresnawati NT, Suryana HP. (2019). Pengaruh Suasana Toko, Lokasi dan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kopi Aenk
- Paila, J. ., Kalangi, J. A. ., & Rogahang, J. . (2018). Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. Sinar Anugerah Pratama Manado. *Jurnal Administrasi Bisins*, 6(1), 58–65.
- Riyantie, M., Alamsyah, A., & Pranawukir, I. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Janji Jiwa Di Era Digital Dan Di Era Pandemi Covid-19. Wacana: *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 255–267. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1721>

- R Saputra. (2019). Pengaruh Media Sosial dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengunjung KD Ken 3) repository.stei.ac.id
- Sapitri, T., Dedy Ansari Harahap, & Moch. Malik Akbar Rohandi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian di X Shop di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.239>
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(1), 1–15.
- Sujarweni, V. wiratna. (2015). *Metodologi penelitian; Bisnis dan Ekonomi*. Pustakabaru press
- Sujarweni, V. wiratna. (2018). *Metodologi penelitian; Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustakabaru press
- Wirakanda, G. G. (2020). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Bilibli.Com). *Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–11.
- Zanjabila, R., & Hidayat, R. (2017). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bandung Techno Park (Studi Pada Pelanggan Bandung Techno Park 2017) Analysis of Social Media Marketing on Purchasing Decisions of Bandung Techno Park (Study on Bandung Techno Park Cu. *EProceedings of Applied Science*, 3(2), 368–375.