

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). DAMPAK STORE ATMOSPHERE, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOCIOLLA DI SUMMARECON MALL BEKASI. *JURNAL ECONOMINA*, 2(9), 2482–2501. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.828>
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Devita Putri, A. (2023). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP PADA MASYARAKAT KOTA BANDAR LAMPUNG* (Vol. 6, Issue 2).
- Azizah, K. N., Laksono, S. S. M., & Munawaroh, N. A. (2023). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING, DAN TAGLINE “GRATIS ONGKIR” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHOPEE FOOD (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uniska-Kediri). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*.
- Budiono, A., & Siregar, O. M. (2023). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN, DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN KAFE MINUM KOPI MEDAN JOHOR*.
- Candra, B. F., & Suparna, G. (2019). PERAN BRAND IMAGE MEMEDIASI PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP NIAT BELI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6638. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p13>
- Clarita, N., & Khalid, J. (2023). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CFC GRANDE KARAWACI*.
- Darnis, S, H. T. H., & Akhmad, I. (2024). PENGARUH CONTENT

MARKETING, CUSTOMER REVIEW DAN CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA MARKET PLACE SHOPEE (STUDI KASUS PADA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH RIAU). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 3, 1272–1301.

Dayanti, H., Andrian, & Anas, H. (2024). Pengaruh Flash Sale, Customer Review, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2, 168–180.

Fatih, M. R. I., Winarso, W., & Anas, H. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI KAWULA MUDA BEKASI TIMUR. *JURNAL ECONOMINA*, 2(10), 2756–2774. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.902>

Fatmala, K. F. A., & Pamikatsih, T. R. (2024). Pengaruh Customer Review, Flash Sale Promotion dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Surakarta. *Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 290–309. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.1961>

Fawzy, I., Sumowo, S., & Saidah, N. (2023). PENGARUH LOKASI, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA STASIUN CAFE BALUNGJEMBER. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*.

Hannaresa, C. A., & Hasanah, Y. N. (2023). *Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee.*

Hardianti, S., Siregar, I., Karnelis, & Basriwijaya, K. M. Z. (2022). PENGARUH LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JAJANAN PASAR PEDAGANG KAKI LIMA DI TAMAN KANTOR BUPATI ACEH

TAMIANG. *Journal of Innovation Research and Knowleddeg.*

Hermansyah, S., & Talumantak, R. (2023). *Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamidi Koja Jakarta.*

Hidayati, N. L. (2018). PENGARUH VIRAL MARKETING, ONLINE CONSUMER REVIEWS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN).*

Indriani, C. R. A., & Pramono, C. (2023). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Minat Beli Pengunjung Meuligoe Kupi Atjeh Binjai.* 6. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>

Iswanto, B., & Handaruwati, I. (2023). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO ALAT LISTRIK. *JURNAL MARITIM*, 4(2).

Jaya, H. S., & Suparna, G. (2018). *PENGARUH ATMOSFER TOKO, KESESUAIAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TEMDAY STORE DENPASAR.* 7(6), 2887–2912. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i06.p2>

Keller, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran Edisi Keenam.* ANDI.

Keller, P. K., & Lane, K. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12.* Erlangga.

Kelvinia, Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). *PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.*

Kotler, P. (2003). *MANAJEMEN PEMASARAN Edisi Kesebelas Jilid 1.* Indeks.

Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN E-WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION JINISO.ID DI MARKETPLACE SHOPEE. *JURNAL ECONOMICA*, 2(3).

Lestari, P. I., & Muhajirin. (2023). *Pengaruh Lokasi dan Atmosphere Store Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Dillaa.* 6, 83–89.

<https://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi->

- Mufian, H. F., & Bambang, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chiclin. *ECo-Buss*, 7, 329–341.
- Nidia, S., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Nur Fadilla, A., Tyas Untari, D., Ekonomi dan Bisnis, F., & Bhayangkara Jakarta Raya, U. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image, dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Tiktok (Survei Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). In *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)* (Vol. 2, Issue 3).
- Nur, M. A., & Dahliana, D. (2023). Pengaruh Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Shopee Di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1797–1805. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.7102>
- Pangestu, A. D., Untari, D. T., & Andrian. (2024). *Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah (Survei Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*.
- Pulungan, F. A., Saragih, L., & Damanik, E. O. P. (2023). PENGARUH STORE ATMOSHPIRE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KFC DI PEMATANG SIANTAR. In *MANAJEMEN : JURNAL EKONOMI USI* (Vol. 5, Issue 1).
- Purnama, A. R. W., & Wardhani, N. I. K. (2023). Pengaruh Store Atmosphered dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Coffe Shop Tadakopi Surabaya. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

- Rahman, J., & Farhani, A. (2024). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO FIN PADA MM FOOD COURT KABUPATEN TABALONG. *Journal Administrasi Publik & Administrasi Bisnis*, 7, 1308–1320.
- Rifa'i Harahap, A., Susanti, D., & Basriani, A. (2024). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS CABANG PANAM KOTA PEKANBARU*.
- Rika Afrella, G., Maduwinarti, A., & Mulyati, D. J. (2024). PENGARUH CONTENT MARKETING, VIRAL MARKETING, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU PVN PADA MAHASISWA DI SURABAYA. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6, 1–10. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Sahir, S. H. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Saota, S., Buulolo, P., & Fa, S. H. (2021). PENGARUH LOKASITERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI UD. TRIALVELA KECAMATAN FANAYAMA KABUPATEN NIAS SELATAN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*.
- Savira, Y., & Putro, T. A. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere(Suasana Toko) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Bangunan UD Triputra Selaras*.
- Steven, J., Ramli, A. H., & Mariam, S. (2023). E-Service Quality, E-Wallet Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1997>
- Sudaryono. (2016). *MANAJEMEN PEMASARAN: Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sudaryono. (2019). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendekia.

- Sudiantini, D., Claudia, G., & Ningrum, I. C. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kopi Cinta Bekasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 02(06), 433–441.
- Sujarweni, V. W. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS & EKONOMI : PENDEKATAN KUANTITATIF*. PUSTAKA BARU PRESS.
- Tanjung, A. F., Adha, R., & Batubara, C. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Tom Sushi Pada Mahasiswa FEBI UINSU. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 586–600. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1277>
- Tendi, G. R., Pranata, S., & Kartika, I. (2024). ANALISIS PENGARUH CUSTOMER REVIEW DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA THEWAGYU CIREBON. *Jurnal Witana (JW)*.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran (3rd ed.)*. Andi Publisher.
- Viana, E. O., & Hartati, R. (2022). “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN” (*Studi pada rumah makan “Mie Gacoan” Di Daerah Istimewa Yogyakarta*) (Vol. 3, Issue 2). <http://bappeda.jogjaprovo.go.id>