

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S. H., & Syahril, M. (2017). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen, 1*(2).
- Anita, S. Y., Amiruddin, E. E., EDT, R. W., Wiratmo, L. B., Mustafa, F., Khairo, F., Rahmani, S., Puspari, D., Suyatno, A., Fadhillah, M. I., Adam, K. A., Nurhayati, N., Puspitasari, M., & Abdillah, F. (2023). *PERILAKU KONSUMEN*.
- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE DI SENAYAN CITY. *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia, 6*(1).
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFE WAREG BENGKULU. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB), 1*.
- Aryati, C., & Akhmad, I. (2023). PENGARUH DISPLAY PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FROZEN FOOD ANITA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA, 2*(1).
- Bataha, E. M., Mananeke, L., & Ogi. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI PEMEDIASI (Studi Pada Warong Kobong di Kota Manado) A R T I C L E I N F O. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI(JMBI UNSRAT), 7*(1), 128–138
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2021). *Retail Management : A Strategic Approach 13th Global Edition*. Harlow : Pearson Education Limited.
- Daniella, V. R. B., Hakimah, N. E., & Ratnanto, S. (2023). Simposium Manajemen dan Bisnis II Program Studi Manajemen-FEB UNP Kediri PENGARUH

LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PASAR WAGE TULUNGAGUNG. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2.

Damayanti, K. M., Susanti, P. H., & Agustina, M. D. P. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kadek Mita Damayanti (1) Putu Herny Susanti

(2) Made Dian Putri Agustina (3) (1)(2)(3). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 698–708.

Destian, S. (2017). COM DI KOTA BANDUNG EFFECT OF CONSUMER BEHAVIOR (CULTURE, SOCIAL, PERSONAL, AND PSYCHOLOGICAL) TO THE ONLINE PURCHASING DECISION AT MODIFIKASI.COM SITE IN BANDUNG. *E- Proceeding of Managemen*, 3, 2434.

Dewi, D. F., & Hadisuwarno, H. (2023). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOPI NAKO KALISARI. *JURNAL PIJAR STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS*, 1(3), 823–841. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>

Djatkiko, T., & Pradana, R. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227.

Diawan, N. S., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2016). THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE ON PURCHASE DECISION AND IT'S IMPACT ON CUSTOMER'S SATISFACTION (Case study on Indomaret Customers JL. Raya Tlogomas No. 37, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol*, 30(1).

<http://indomaret.co.id/korporat/tentang.indomaret/ger>

Dunga, D. H. M. (2020). AN EMPIRICAL ANALYSIS ON DETERMINANTS OF FOOD SECURITY AMONG FEMALE-HEADED HOUSEHOLDS IN SOUTH AFRICA. *Online) INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITY STUDIES*, 12(1), 1309–8063.

- Faritzal, A., & Ibrahim, F. (2021). Price and Product Geographic Origin Influencing Purchase Decisions and Acceptance of Dell Pcs in Indonesia During Covid-19. *REVIEW OF INTERNATIONAL GEOGRAPHICAL EDUCATION*, 3. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.3.18>
- Fauziyah, E. N., & Fadhli, K. (2023). Pengaruh Harga, Variasi Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di UD. Wahyu Abadi. *Bussines and Economic Publication*, 1(2), 59–69. <https://doi.org/10.32764/bep.v1i2.1010>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Aplikasi SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (2nd ed.)*. Badan Penerbit - Undip
- Hair JR, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis. 7th Edition*.
- Harahap, D. A., Amanah, D., & Fauzia Agustini. (2018). Harahap, Amanah dan Agustini: Effect of Product Completeness and Price Effect of Product Completeness and Price on Consumer Purchasing Decision in SMEs Market Medan. *Jurnal Manajemen*, XXII(01), 47–61.
- Hardikoesoemo, M., & Harjanti, D. (2021). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, SALES PROMOTION DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO OKE LISTRIK JEMBER. *AGORA*,
- Jocelyn, J., & Amelia, A. (2022). Analysis of the Impact of Place and Promotional Strategies of Marketing Mix towards Consumer Purchase Decision in Marutama Ramen. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 7(1), 93–106. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i1.16008>
- Katarika, D. M., & Syahputra. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, 1(2). www.aeki-aice.org
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management (Sixteenth Edition)*. . Pearson Education Limited.

- Mansur, T., & M.M, N. (2018). THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE AND PRICE PERCEPTION ON CONSUMER PURCHASE DECISION (CASESTUDY AT PAMELLA TUJUH SWALAYAN YOGYAKARTA). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7.
- Mayzura, D., & Raymond. (2019). PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SWALAYAN JODOH CENTER BATAM. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).
- Nasution, A. P., & Ramadhan, D. A. (2019). EFFECT OF COMPETITIVE PRICES, COMPLETENESS OF PRODUCTS, AND LOCATIONS ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS AT METROELECTRONICS & FURNITURE RANTAUPRAPAT. *SRRN*.
<https://ssrn.com/abstract=3412703>
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54. <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & B. Beribe, M. F. (2021). *TEORI PERILAKU KONSUMEN*
- Paramitta, R., & Sofiani. (2023). ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI DI KAYU KAYU RESTAURANT ALAM SUTERA. *JURNAL ILMIAH GLOBAL EDUCATION*, 4(2).
- Pasaribu, V. L. D. (2018). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN DE’COST GIANT PAMULANG SQUARE TANGERANG SELATAN. *MANAJERIAL*, 3(5), 11. <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Punu, C. C., & Purwanto, H. (2023). PENGARUH DISPLAY PRODUK, HARGA DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SAMUDRA SUPERMARKET & DEPARTMENT

STORE MADIUN. *SIMBA SEMINAR INOVASI MANAJEMEN
BISNIS DAN AKUNTANSI.*

- Rafsanjani, A., & Sutopo. (2017). ANALISIS PENGAARUH KUALITAS LAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MENCIPTAKAN MINAT MEREFERENSIKAN. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 6, 1–14
- Religia, Y., Pebrian, Sriyanto, A., & Setyarko, Y. (2023). PERAN PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Toko Buku Gunung Agung, Jakarta). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 12(1), 52–63.
- Saadah Fadhilah Nurul, Alim, S., & BR, K. S. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Miniso Store Mall Lippo Cikarang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1254–1264. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1278>
- Sapuri, A. S., & Amron. (2022). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LOKASI DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA APOTEK GONDANG WATUMALANG WONOSOBO). *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis (JMDB)*, 1(2), 58–65.
- Sekaran, U., & Bougie Roger. (2016). *Research methods for business : A skill building approach*. . WILEY
- Soliha, E. (2008). ANALISIS INDUSTRI RITEL DI INDONESIA. In *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)* (Vol. 15, Issue 2).
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior Buying, Having and Being (Twelfth Edition)*.
- Suratmiyati, S., & Anggoro, Y. (2020). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk jasa. *MBR (Management and Business Review)*, 4(1), 52-59.

- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 6(1).
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Syafrudin, A. F., Arifin, R., & Mustapita, A. F. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Tata Letak Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Depo Bangunan Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 09(07).
www.fe.unisma.ac.id
- Tansala, D., Tumbel, T. M., Walangitan, O. F. C., Ilmu, J., & Bisnis, A. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1). 21-27
- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78.
www.aekiaice.org
- Tyas, D. I. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Pada Green Mart Desa Arjowilangun Kab. Malang.
- UA, A. N. A., & Pasigai, M. A. (2023). The Effect of Service Quality, Price, and Location on Purchasing Decisions in the Perspective of Islamic Economics at Sang Surya Mart, Perintis Kemerdekaan, Makassar City. *Jurnal Ilmiah Ekonomi isla* 9(01). aas.ac.id/index.php/jie
- Wibowo, M. A., Pramutoko, B., & Evasari, A. D. (2023). PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SWALAYAN PERMAI BARU BRENGGOLO. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(10), 30-40.