

## DAFTAR PUSTAKA

- Andina Maya, P. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Penetapan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Waroeng Atjeh (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Universitas Widyatama Bandung)* (Issue July). FAKULTAS BISNIS DAN MANAJEMEN UNIVERSITAS WIDYATAMA.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi. (2022, December 20). *Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi: <https://jambi.bps.go.id/indicator/35/2131/1/jumlah-usaha-mikro-kecil-dan-menengah.html>
- Berman, B., Evans, J., & Chatterjee, P. (2018). Retail Management : A Strategic Approach 13th Global Edition. In *Pearson education ltd* (Vol. 13). <https://doi.org/10.1177/0256090920050213>
- Binaraesa, N. N. P. C., Hidayat, I., & Lestariningsih, M. (2021). Store Atmosphere Memoderasi Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Moonk Cartil & Cafe Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 61–68. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.61-68>
- Dewi, M. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Promotion, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Habbit Eatery Coffee Malang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(2), 26–36. <https://doi.org/10.32815/jpro.v2i2.846>
- Dya, N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk, Dan Harga Terhadap Repurchase Intention Pada Economie Resto Merr Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(3), 1–16.
- Erianto, R. A. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Furore Coffee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(5), 1–18.
- Farikha, F., Rachman, E., & Antu, Y. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Di Foodpedia Gorontalo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 27–32. <https://doi.org/10.35797/jab.13.1.27-32>
- Febriyanti Eka, H., & Anggrainie, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Store Atmosphere, Promosi, Word Of Mouth Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo* (Vol. 1). Universitas Gunadarma.
- Grewal, D., & Levy, M. (2017). *M: Marketing (Fifth Edition)* (fifth edit). McGraw-Hill Education.
- Indriastuty, N., Hadiyatno, D., & Juwari. (2017). Store Atmosphere Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Retailer Giant Ekstra Balikpapan. *Prosiding*

- Seminar Nasional Dan Call For Paper Ekonomi Dan Bisnis, 2017*, 269–283.  
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/6724>
- Katarika, D., & Syahputra, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 162–171.  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/1566>
- Khalida, R. L. (2021). Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Waroeng Desa Karawang. *Prosiding Konferensi Nasional ...*, 996–1012.  
<http://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/ProsidingKNPP/article/download/1640/1259>
- Kotler & Keller. (2016). *Capturing Marketing Insights (Electronic Version)*. In *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Philip Kotler Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1. intro ( PDFDrive ). In *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing Eighth Europe Edition*. In *Pearson education ltd* (Issue 8th edition). [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)
- Kurniawan Widhi, A., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (first edit). PANDIVA BUKU.
- Levy, M., & Weitz, B. (2012). *Retailing Management : Eight Edition* (eight, Issue 8). McGraw-Hill/Irwin.
- Levy, M., Weitz, B., & Grewal, D. (2014). *Retailing Management Ninth Edition* (Ninth). McGraw-Hill Education. [www.mhhe.com](http://www.mhhe.com)
- Lisdayanti, A. (2017). Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere, Harga dan CRM terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada The Milk Bar Bandung. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper (SCA 2017)*, 7(September), 174.
- Listighfaroh, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Putra Surabaya*, 1–17. [http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/2/jurnalku\\_new.pdf](http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/2/jurnalku_new.pdf)
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. In *Mc Graw* (Ninth). McGraw-Hill/Irwin.
- Saadah, F., Alim, S., & BR Satpatmantlya, K. (2023). Pengaruh Store Atmosphere , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Miniso Store Mall Lippo Cikarang. *Jemsi Jurnal*, 9(4), 1254–1264.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. In *Leadership & Organization Development Journal* (Issue 7). John Wiley & Sons Ltd. <https://doi.org/10.1108/loj-06-2013-0079>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace.

- Jurnal Infortech*, 4(2), 141.  
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>
- Siagan Nabila, S., & Adlina, H. (2023). Pengaruh Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Gramedia Gajah Mada Medan. *Mufakat Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 91–107.
- Situmorang, S., & Lufti, M. (2014). Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis. In *Edisi ke 3*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (21st ed.). ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (S. S. P. M. . Dr. Ir (ed.); Edisi kedua). ALFABETA.
- Swastha, B. (2011). Manajemen Pemasaran. In *Penerbit Universitas Terbuka* (Vol. 2, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Syahdani, E. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Konsumen Floc.co Coffe Shop Medan*. UNIVERSITAS MEDAN AREA.
- Tantowi, A., & Pratomo, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78.  
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.328>
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (Vol. 4).
- Yuliana. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Dapur DK ( Dewi Kahyangan ) Jombang*. 1, 28–38.
- Yuliati, R. (2021). Budaya Nongkrong Sebagai Gaya Hidup Para Perempuan Penikmat Kopi di Sidoarjo (Studi Kasus Pada Coffee Shop Sehari Sekopi di Kawasan Sekitar Transmart Sidoarjo). In *Digilib.Uinsby.Ac.Id* (Vol. 125, Issue 4).