

DAFTAR RUJUKAN

- Afiani, D. 2019. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Stars. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(3), 30–38.
- Amrina Rosyada, R., & Ridho Riadi Akbar. (2024). Pengaruh *Brand Image* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Body Lotion* Scarlet Whitening (Studi Pada Pengguna *Body Lotion* Scarlett Whitening Di Shopee Mall Indonesia). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(4), 2791–2800. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i4.2961>
- Anggrainie, S. &. 2023. Pengaruh *Store Atmosphere*, Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 3025-1192 1192, 240–253.
- Aprilia, & Mandataris. 2024. *Pengaruh Visual Merchandising Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Jumbo Mart Delima Kota Pekanbaru)*. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 10(1), 65–73. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v10i1.1953>
- Ariasih, M. P., Luh, N., Rahmantari, L., & Mahendra, G. S. (2023). *Enrichment : Journal of Management Exploring the influence of visual content quality marketing on impulse buying in tiktok shop the mediating role of copywriting*. 13(2).
- Ariyani, N. B. D., Hidayati, L. A., & Santosa, M. 2024. *Pengaruh Brand Image, Online Customer Review, Online Customer Rating dan E-trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ecommerce (Studi Empiris Pada Pengguna Shopee)*. *UMMagelang Conference Series*, 379–388. <https://doi.org/10.31603/conference.12018>
- Berman, Barry, and J.R Evans. 2018. *Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition, Edisi 13. 13th ed.* New Jersey: Pearson Education Limited.
- Febrianti, R. 2024. *Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Gacoan pada Kalangan Mahasiswa Kota Bandung*. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(3), 601–605.
- Ferdinand, A. 2017. *Metode Penelitian Manajemen (pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen) (5th ed.)*.
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh *brand ambassador* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi *brand awareness*. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.200>
- Ghozali, Imam. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr., Joseph F., et. al. (2018). *Multivariate Data Analysis. Fifth Edition*. New Jersey: PrenticeHall, Inc.

- Handayani, S. 2023. Analisis Pengaruh *Content Marketing*, Influencer dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Ikhsan, I., & Khoiri, M. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli pada Produk Nescafe di Kota Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(1), 136–148. <https://doi.org/10.32493/drb.v7i1.37187>
- Insani, N. K., & Riyanto, E. D. (2024). Pengaruh Faktor Ekonomi Pada Pola Konsumsi: Perilaku Pemakaian Brand Sepatu Imitasi Converse Di Kota Surabaya. *Metahumaniora*, 14(2), 92–100. <https://doi.org/10.24198/metahumaniora.v14i2.54061>
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2021. *Principles of Marketing (18th ed.)*. Pearson.
- Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran. 12th ed.* Jakarta: PT Indeks.
- Kusuma, I. G. W., Susila, G. P. A. J., Sumadi, K. E. S., & Yudiaatmaja, F. (2023). *The Influence Of Store Atmosphere, Product Quality, And Service Quality On Customer Satisfaction (Study On Customers Rumah Kopi Nusantara)*. 9(1), 16–21.
- Levy, Michael; Weitz, Barton A.; dan Grewal, Dhruv (2014). *Retailing Management*, 11th ed. McGraw-Hill Education. ISBN 978-1264157440
- Levy, P. S., & Lemeshow, S. 1999. *Sampling of population: Methods and applications* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Maharani, R. A., & Achmad, N. 2024. Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bening's Skincare Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening. *Jesya*, 7(1), 1037–1052. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1529>
- Marbun, K. Y., & Khoiri, M. 2024. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pembersih Wajah Garnier Di Kota Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(1), 24–34. <https://doi.org/10.32493/drb.v7i1.35586>
- Meliyani, & Sukati, I. 2023. Pengaruh Keragaman Produk, *Brand Image*, Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pada PT BPR Sejahtera Batam. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 23(2), 84–95.
- Mowen, John C., dan Michael Minor. 2017. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Muhamad Apep Mustafa, Fathul Jihad, S. (2025). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Peningkatan Mahasiswa Baru Di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Hidayatullah Depok. *Jurnal Pajak & Bisnis*, 6(1), 117–131.
- Munawwar, H., & Saefuloh, D. (2019). Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Sepatu Olahraga Merek Lokal dan Internasional. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, Volume 10, 851–861. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1502>

- Nugroho, S. W., & Sriyanto, A. 2025. *Pengaruh Promosi , Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Toko Buku Gramedia Cabang Plaza Bintaro di Tangerang Selatan)*. 3. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis Volume 8 No 1* <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Nuraeni, E. K., Studi, P., Bisnis, A., & Pasundan, U. (2026). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Menginap Tamu Melalui Online Travel Agent Di Pasar Baru Square. *Jurnal Mekar*, 05(2829), 4009.
- Nursaidah Harahap, Lukman Nasution. 2021. “Pengaruh Profesionalisme Kerja Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Bps Kota Medan.” *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 43–52.
- Oktaviani, T., Nurminingsih, & Badrunsyah. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Adidas Pada Mahasiswa Feb Universitas Mercu Buana Cabang Jatisampurna Bekasi Tahun 2019. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(2), 11–22. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i2.112>
- Pariyanti. (2020). *Mengungkap Hubungan Antara Store Atmosphere, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Derivatif: Jurnal Manajemen*. 17(2), 97–108.
- Pradana, B. G., & Syaifullah, H. 2025. *Pengaruh Pembinaan , Sertifikasi , dan Sosialisasi Terhadap Kelancaran Bisnis UMKM di Kabupaten Mojokerto Menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda*. *Jurnal Serambi Engineering X*(1), 12507–12516.
- Puspita, H. J., & Malik, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian : Systematic Review. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*.
- Putra, K. E. S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Air Minum Kemasan Yeh Buleleng (Studi Kasus di Kabupaten Buleleng). 6(1), 39–49.
- Ramadhani, F. Y., & Ali, H. (2025). Determinasi Keputusan Pembelian : Analisis Strategi Pemasaran , Perilaku Konsumen dan Teknologi. *Dinasti Information And Technology*, 2(4), 145–155.
- Riduan, & Faridaefriyanti. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight di Soccer Corner Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA*, 8(4), 1360–1372. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i4.2920>
- Sari, F. R. R., & Anggraini, Y. (2020). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coffee Shop Di Kota Madiun. *JEAC : Journal of Economic Academic*, 1(2), 255–266.

- Sari, F. R. R., & Anggraini, Y. 2020. Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coffee Shop Di Kota Madiun. *Skripsi*, 1(2), 255–266.
- Siregar, A. I. (2025). Store Atmospher sebagai Sebuah Strategi dalam Meningkatkan Daya Tarik dan Minat Pengunjung Kafe (Sebuah Kajian Konseptual Panduan bagi Peneliti). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 3(3), 227–238.
- Sollu, Y., & Hendratmoko, H. 2024. Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sensatia Botanicals Di Jakarta. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 10616–10627. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9628>
- Suarmaja, I. B. K. (2024). Suarmaja, I. B. K. (2024). Hedonism Atau Utilitarianism Yang Paling Berpengaruh. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(1), 126–136.
- Suci, N. M., Irwansyah, M. R., Suwena, K. R., Dhar-, I. P. A., Komang, N., Rastyaningsih, M., Putu, G., & Sucipto, A. (2024). *Is the Study Interest of Students of the Faculty of Economics, Ganesha Education University Influenced by the Use of Undiksha E-Learning and the Family Environment?* 2024, 628–638. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i4.15106>
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumantri, A. Y., & Suciningtyas, S. A. (2025). Pengaruh *Brand Image* , *Product Quality* Terhadap Repurchase Intention Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Iphone di Indonesia). *ECo-Buss: Economics and Business*, 8(1). <https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2972>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
- Susianti, O. M. (2024). Perumusan Variabel Dan Indikator Dalam Penelitian Kuantitatif Kependidikan. *Jurnal Pendidikan Rokania*, 9, 18–30. <https://doi.org/DOI 10.37728/jpr.v9i1.1066>
- Suwardi, S., & Berliana, R. 2022. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 19–28. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.274>
- Tamsir, S. P., Hamid, S., & Sodiq, J. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Boedjang Cafe Karawang. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(4), 2812–2824. <https://doi.org/10.58258/jime.v8i4.3983>
- Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Kepuasan Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan Dan *Switching Barrier* Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Industri Jasa Asuransi Di Bali. 6(1), 59–67.

- Teneh., et al. 2024. *J. A. R. Teneh., M. H. C. Pandowo., S. J. Wangke The Effect Of Brand Image And Store Atmosphere On Customer Purchase Decision At Conflux Coffee Tomohon Jurnal EMBA Vol. 12, No. 4 November 2024, Hal. 661-669. 12(4), 661–669.*
- Thomson, M., MacInnis, D. J., & Park, C. W. (2015). *The ties that bind: Measuring the strength of consumers' emotional attachments to brands. Journal of Consumer Psychology, 25(3), 370–387.*
- Widyaratna, L., & Zainuri, A. 2023. Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Preloved di Thriftshop. *Journal of Comprehensive Science (JCS), 2(4), 941–948.*
<https://doi.org/10.59188/jcs.v2i4.300>
- Wulandari, R. I., Purwanto, S., Info, A., & History, A. 2024. Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Kedai Kopi Fore di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan (JIIP) 7, 11517–11520.*
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi. 3(2), 96–102.
- Yulianthini, N. N., & Dewanti, M. A. (2023). Pengaruh Orientasi Pesaing Dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Promotional Mix Sebagai Variabel Moderasi. 9(1), 95–103.
- Zahran, A., Bahtiar, A., & Pujihartanti, E. (2025). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dapur Amih Tarikolot Kabupaten Bandung. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis, 2(4), 636–645.*