

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, K. V. W., Sujana, I. N., & Suwena, K. R. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Cabang Singaraja [The effect of service quality and satisfaction on customer loyalty at PT. Singaraja Branch Pos]. *Undiksha: Journal of Economic Education / Undiksha: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 12–23.
- Fahmi, M., Lesmana, M. T., & Prayogi, M. A. (2024). Mediasi Customer Engagement Behavior : Digital Marketing dan Kualitas Makanan Guna Mencapai Kepuasan dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 25(1), 39–58. <https://doi.org/10.30596/jimb.v25i1.16610>
- Faozen, F., & Angin, R. (2023). Peningkatan omset penjualan produk kelompok pengusaha mikro kecil Aisyiyah skala rumahan melalui pelatihan pengemasan produk dan promosi online/offline. *Abdimas Dewantara*, 6(2), 129–138. <https://doi.org/10.30738/ad.v6i2.15131>
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen*. In Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19 (Edisi ke-5)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halimah, S. (2025). *Pengaruh Store Atmosphere , Pelayanan , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nako Summarecon Bekasi*. 3(8), 130–137. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i8.6126>
- Handayani, W., Aulia, M. Z., Harkart, M. A., & Juhaeri, J. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada McDonald's Cabang Bintaro Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(1), 141. <https://doi.org/10.32493/jee.v4i1.14519>
- Istiqomah, N. H., Syahrotul Magfiroh, & Zia Nafisa Habibana. (2024). Memahami Perilaku Konsumen: Tinjauan Aspek Psikologis dalam Keputusan Pembelian dan Strategi Pemasaran. *HEI EMA : Jurnal Riset Hukum, Ekonomi Islam, Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 71–82. <https://doi.org/10.61393/heiema.v3i2.227>
- Julianti, N. L., Nuridja, M., & Metriana, M. A. (2014). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida Tahun 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*

Undhiksa, 4(1), 88.

Manajemen, S. M. (2022). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 6(1). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i1.17078>.

Karen Valentine. (2014). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DAKKEN COFFEE & STEAK BANDUNG Karen Valentine Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Telkom. *Jurnal Manajemen*, 1(3), 782–792. https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/65601/jurnal_eproc/pengaruh-store-atmosphere-terhadap-keputusan-pembelian-pada-dakken-coffee-steak-bandung.pdf

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*.

Kotler, P. D. A. (2008). *prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P. dan K. L. K. (2009). *AlihBahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat*. PT. Indeks.

Kristiawan, Y., Hartoyo, H., & Suharjo, B. (2021). Customer Satisfaction: Service Quality or Product Quality (Case Study at Fast Food Restaurant in Jabodetabek). *Binus Business Review*, 12(2), 165–176. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i2.6672>

Lestari, D., Asriani, A., Ningsih, N. W., Rosilawati, W., & Amrina, D. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 65–86. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10321>

Maeyusa, N. M. C. I., Atmaja, N. P. C. D., & Manek, D. (2025). Strategi Efektif Meningkatkan Keputusan Pembelian Kembali Di Bisnis Petshop: Implikasi Dari Studi Kasus Segaoon Petshop Ubud. *Emas*, 6(12), 2803–2817. <https://doi.org/10.36733/emas.v6i12.13194>

Maharta, G. W., Meitriana, M. A., & Zukhri, A. (2018). Pengaruh store image terhadap keputusan pembelian konsumen pada Krisna 5 Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(1), 179–188. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i1.20108>

Muin, A. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Literasi Nusantara Abadi.

Muliajaya, I. M., Sujana, I. N., & Indrayani, L. (2019). Pengaruh Viral Marketing

dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 628-636. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i2.21615>

Pitoy, A. J. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Moniharapon, S. (2025). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CENTURY SUPERMARKET TOMOHON. *Jurnal EMBA*, 13(04), 323–333. <https://doi.org/10.35794/emba.v13i04.64796>

Puspita, A. D., & M Jihadi. (2023). Effect of Service Quality on Fast Food Restaurant Customer Satisfaction. *Manajemen Bisnis*, 13(01), 23–31. <https://doi.org/10.22219/mb.v13i01.27457>

Putu Evi Yuliantini, & Suwendra, I. W. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jaya Fried Chicken di Singaraja (Undergraduate thesis, Universitas Pendidikan Ganesha). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(2), 157-168. <https://doi.org/10.19184/jsb.v13i2.53703>

Saputra, J., & Parameswari, R. (2022). Pengaruh Harga, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Chuseyo. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–10. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/1598>.

Sari, P. M., & Indrayani, L. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Perilaku Konsumen Pada Toko Rumah Kosmetik Di Kecamatan Busungbiu. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 16(3), 429–434. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v16>

Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>

Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Implikasi untuk Strategi Pemasaran*. Center for Academic Publishing Service.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sultan, F., & Setiawati, L. (2024). Investigation in Understanding the Influence of Brand Preferences on Purchase Intention: Examples of Indonesian Women's Apparel Brand. *Journal of Marketing Innovation (JMI)*, 4(1), 26–41. <https://doi.org/10.35313/jmi.v4i1.105>

Sumertana, I. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Water Park Seririt Singaraja Tahun 2014-2015. *Jurnal Program Studi*

Pendidikan Ekonomi (JPPE), 7(2), 1–10. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v7i2.7687>

Sunjoyo. (2012). *Aplikasi untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Alfabeta.

Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (III)*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.

Tri Nugraha, J., Orbawati, E. B., Fadlurrahman, F., Mukti, A., & Ikhtiara, S. (2024). Public Service Quality dan Customer Satisfaction: Mengeksplorasi Atribut Kualitas Pelayanan Pada Sektor Publik. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 9(2), 167–174. <https://doi.org/10.36982/jpg.v9i2.3653>

Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Sriamur Bekasi. *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 324–333. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.674>

