

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, D. P. (2019). *Pengaruh Lokasi Toko, Citra Toko, Atmosfer Toko, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Toko EK-Mart Kedungwuluh Kidul Patikraja Banyumas)*. 10–30.
- Ahyar *et al*, (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Arif, M. (2018). Pengaruh *Store Atmosfer*, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Soban Cafe Medan. *Skripsi*, 1–104.
- Farizal, F., & Muhajirin. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Zam-Zam Kota Bima. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*,
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). In *Jurnal Agora: Vol. 5 No.* (Issue september).
- Fure, H. (2014). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Journal of Clinical Oncology*, 32(27), 3083.
- Gunarsih *et al*, (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Harlina, *et al* (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol.* 15(2).
- Katarika, D. M., & 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.
- Kotler, P., & Armstrong Gary. (2008). *prinsip-prinsip-pemasaran-edisi-12-jilid-1-philip-kotlerpdf_compress.pdf* (12th ed.).
- Kotler dan Armstrong (2019) „Kotler dan Armstrong, Prinsip-prinsip pemasaran“. Jakarta: Erlangga, p. 184.
- M. Fuad. (2015). Store Atmosphere Dan Perilaku Konsumen Di Toko Buku Gramedia Malang. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 10(2), 90–110.
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur* (Issue April).
- Marcelina, J., & B, B. T. (2016). *Pengaruh Marketing Mix (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Guest House Di Surabaya. 2015*.
- Meldarianda, *et al*,(2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97–108.
- Noviyanti dan Sunarsi,(2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54.
- Oktavian, & Soliha, E. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (Studi Padacafe Dewan Kopi Pati).

- Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(1), 167–183.
- ramutoko Bayu. (2014). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jengala Pustaka Utama, Surabaya. Available at : https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=TuDQHXA AAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=TuDQHXA AAAAJ:Tyk-4Ss8FVUC
- Pramutoko Bayu. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Kediri. Dimar Intermedia. Available at : https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=TuDQHXA AAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=TuDQHXA AAAAJ:Y0pCki6q_DkC
- Pramutoko Bayu. (2023). *Perilaku Konsumen*. Kediri. Dimar Intermedia. Available at : https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=TuDQHXA AAAAJ&pagesize=80&citation_for_view=TuDQHXA AAAAJ:3fE2CSJlr8C
- Pramutoko Bayu. (2023). Monograf Pembelian BBM di SPBU 54.641.38 Singonegaran yang Dipengaruhi oleh faktor lokasi, fasilitas, kualitas produk dan pelayanan; Penerbit : CV. Dimar Intermedia. Kediri. Available at: https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=TuDQHXA AAAAJ&citation_for_view=TuDQHXA AAAAJ:kNdYIx-mwKoC
- Pramutoko Bayu. (2022). Monograf Kunjungan masyarakat ke obyek wisata sumber mata air di Kota Kediri yang dipengaruhi oleh Faktor lokasi ,pemberian fasilitas dan Word of Mouth. Penerbit : CV. Dimar Intermedia. Kediri. available at: https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=TuDQHXA AAAAJ&citation_for_view=TuDQHXA AAAAJ:UebtZRa9Y70C
- Pramutoko Bayu. (2022). Monograf Pembelian Produk Jajanan Yang dipengaruhi oleh faktor kualitas produk, harga, kemasan, dan kualitas pelayanan Di U.D. Djawa Mandiri Tinalan kota Kediri. Penerbit : CV. Dimar Intermedia. Kediri. available at https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=TuDQHXA AAAAJ&citation_for_view=TuDQHXA AAAAJ:roLk4NBRz8UC
- Prof.Dr.Sugiyono. (2017). *metode penelitian kuantitatif dn kualitatif dan R&D*.
- Putri Melinda, P. (2020). Pengaruh Harga, Iklan, Lifestyle dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ceriamart. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*, 16–17.
- Rahayu, B. S., & Saputra, O. A. (2019). *The Influence of Store Atmosphere, Price and Location of the Purchase of the Clothes in the Throox Store Solo*. *Kelola*, 6(1), 54–64.
- Ramadhan, *et al.* (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi

- Rungkut Surabaya. 9(5), 2.
- Sahir, S. H. (2022). *Metode Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Sari, T. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Word of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Di Asfar Fried Chicken Kudus). *Manajemen Bisnis Syariah*, 11–37.
- Solution, A. (2023). *uji korelasi spss*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabeta.
- Syahdani, E. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Konsumen Floc.co Coffe Shop Medan*.
- Syahputra, D. E., & Supriyatin. (2015). Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ore Premium Store. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(November), 1–20. h
- Vicky. (2019). Pengaruh Food Quality, Brand Image, Store Atmosphere Terhadap Purchase Decision Pada Cafe Calibre. *Agora*, 7(2), 1–6.
- Winmarsyah, A. G., & Fuadati, S. R. (2017). Pengaruh harga, lokasi, store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen Garlick Store Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(8), 1689–1699.
- Yuana, D. (2018). Pengaruh Harga, Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(12), 1–22.