

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilla, M. (2018). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Barbershop 'X' Kota Padang. *Menara Ekonomi*, IV(1), 59–68.
<https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/view/688>
- Arianto, D. P. H., & Satrio, B. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–23.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3079>
- Astuti Fadli, Sri R Ibrahim, Ridwan Rizky Hatu, Dewinta R Sosiologi, The Consumptive Lifestyle Of Beauty Products at Gorontalo State University(2023)
- Berman, Berry, author ; Evans, Joel R., author. Retail trade Management. Prentice Hall International, 1998, <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20123281>
- Bantara, S., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2022). Pengaruh Lokasi, Suasana Toko, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Dinoyo Malang. *Jiagabi*, 11(01), 306–312.
<https://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/3823>
- Cockrill, Antje; Goode, Mark M.H. Journal of Product and Brand Management, <https://doi.org/10.1108/10610421011068603>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112.
<https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Djohansjah, C., & Pratomo, C. V. (2017). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Caturra Espresso. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 404–418.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/5974>
- Elly, R. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(February), 7–12.
<http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR%0APENGARUH>
- Erianto, R. A., & Mahariono. (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.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1961>
- Ernanda, D. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Volume* 6, 2–16.

<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/338>

Foster Bob, Manajemen ritel, bandung, : Alfabeta,,2008,198 .

Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(2), 1–10.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/755>

Ghozali, Imam H, Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program edisi 8, Universitas Diponegoro (2018)

Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90–107.
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability>

Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/34783>

Hindrayani, Aniek Manajemen Operasional, Yogyakarta: pohon Cahaya 2010

Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127.
<https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1757>

Indarto, D. (2016). *PENGARUH PENGGUNAAN PASTA LABU KUNING (Cucurbita Moschata) UNTUK SUBSTITUSI TEPUNG TERIGU DENGAN PENAMBAHAN TEPUNG ANGKAK DALAM PEMBUATAN MIE KERING*, 15(1), 165–175. <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/1628>

Jugiyanto. 2011. Konsep dan Aplikasi SEM Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta; UPP STIM YKPN

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, Principles of Marketing Seventeenth Edition, by pearson education 2018

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1. Jakarta : Erlangga, 2009

Lee, S., Illia, A., & Lawson-Body, A. (2011). Perceived price fairness of dynamic pricing. *Industrial Management & Data Systems*, 111(4), 531–550.
<https://doi.org/10.1108/02635571111133533>

Levy Michael, Barton A ; Weitz, Lauren Skinner Beitelspacher. Retailing Management The McGraw-Hill Companies 2012 edisi 8

Lutfi, S., & Irwanto, J. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 1(1), 40–51. <https://doi.org/10.30741/adv.v1i1.17>

Mardiasih, T. S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi

- Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.546>
- Mahendra, Made Sri Ardani I Gusti (2023) Pengaruh Umur, Pendidikan Dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen Produk Kosmetik *The Body Shop* Di Kota Denpasar
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1077–1086. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- Mowen, John C. ; Minor, Michael; yahya, Dwi Kartini. (2002) *Perilaku Konsumen* Jilid 2. Jakarta : Erlangga
- Nandyka, Oggy. “Pengaruh Efektivitas Kebijakan Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen yang Berbelanja di Mirota kampus Jalan C. Simanjutak No. 70 Yogyakarta).” Universitas Yogyakarta (2015)
- Nash Robert, Thyne Maree, Davies Sylvie (2006), *An Investigation into Customer Satisfaction Levels in The Budget accommodation sector in Scotland: A case study of backpacker tourists and the Scottish Youth Hostels association*
- Ni Wayan Eka Mitariyani, I. G. A. I. B. rifa'i. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar. *Emas Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 31–42. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1227>
- Robi'ah, D. W., & Nopiana, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.235>
- Rusmiyanto. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 91–97. <https://doi.org/10.54622/academia.v2i2.43>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Shihab, M. S., & Cahya, N. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus Studi Kasus di PT. Datascrip. *Jemi*, 1(01), 34–46. <https://journal.bakrie.ac.id/index.php/JEMI/article/view/1792>
- Sudjana (2006). *Metode Statistik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. 2022. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&B*. Edited by MT Dr.

- Ir. Sutopo, S.Pd. 2nd, Cetakan ed. Bandung: ALFABETA.
- Sumarwan, ujang Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Ghalia Indonesia, 2014.
https://digilib.usm.ac.id/pusat/index.php?p=show_detail&id=6916
- Sunyoto Danang ; Tri Admojo Manajemen bisnis retail teori, praktik, dan kasus ritel, Yogyakarta : CAPS, 2015, manajemen bisnis.
- Syam, S. A., Haeruddin, M. I. W., Ruma, Z., Musa, M. I., & Hasbiah, S. (2022). Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 73–79.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26714/vameb.v18i2.10442>
- 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.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.328>
- Tjiptono Fandy, Pemasaran Strategik Edisi 2, Yogyakarta CV. Andi Offset, 2012.
 Pemasaran <http://katalogdisperpusipbondowoso.perpusnas.go.id/detail-opac?id=3977>
- Utami Christina Whidya. Manajemen ritel Strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia edisi 3, Jakarta : Salemba Empat, 2006
- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085.
<https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>
- Wati, E. P. (2019). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Surya Swalayan Bungkal Ponogoro. *Doctoral Dissertation, IAIN PONOROGO*.
<https://etheses.iainponorogo.ac.id/8026/>
- Wayan, N., Mitariani, E., Putu, N., & Dharmadewi, C. (2023). Pengaruh Promosi Instagram Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Burger King Di Jatiasih. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 90–103. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1021>
- Welsa, H., & Khoironi, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen di Restoran Toean Watiman Yogyakarta). *Jurnal EBBANK*, 10(1), 1–16.
<http://ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/view/151>
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41953>