

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Basith, Srikandi Kumandji, Kadarisman Hidayat. 2014. "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (survey pada pelanggan De'Pans Pancake and waffle di Kota Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, Vol. 11 No. 1 Juni 2014. Diakses 8 Maret 2020.
- Andhini, Amalia. 2017. Pengaruh transaksi online shopping, dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada E-commerce. *Jurnal ilmu riset dan manajemen*. 6(7).
- Aliyani Firdaus, S., Fadilah Ilham, I., Putri Aqidah, L., Aliyani Firdaus, S., Agung Dwi Astuti, S., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62>
- Andreas, C., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5 (5), 1689-1699
- Anugrah Janwar Tunis, Sopa Martina, 2016, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di The Secret Factory Outlet, *Jurnal Pariwisata*, Vol, III No, 1 April 2016, Hal 60-72
- Apriwati **Sholihat**. 2018, Pengaruh Promosi penjualan dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Crema Koffie, *Journal of Management*.
- A Rusdiana dan Yeti **Heryati**. 2015. Pendidikan Profesi Keguruan. Bandung: Pustaka Setia.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta
- Badir, Mailal. 2020. The effect ewom, ease of use and trust on purchase decision (study on tokopedia application users). *Jurnal minds : manajemen ide dan inspirasi*. 7(1).
- Bansai, R., Masood, R. Z., & Dadhich, V. (2014). Social Media Marketing-A Tool of Innovative Marketing. *Of Organization Management*, 3(ISSN 2231-7228), 1–7
- Berman, B. dan J. R. Evans (2001), *Retail Management: a strategic approach* (8th ed.) Upper saddle River: Prentice Hall International, Inc.
- Berman, B., & Evans, R. J. (2018). *Retail Management, a Strategic Approach*. New Jersey (8)
- Brown, D., & Hayes, N. (2008). *Influencer marketing: who really influences your customers*
- Dabija, D. and Babut, R. 2014. Enhancing Consumer's Satisfaction And Loyalty Of Retailers In Romania Through Store Ambiance And Communication. *Journal Of Economics and Finance* 15: 371 – 382
- Deana, Alicia. 2019. Peran kepercayaan dan brand image dalam pengambilan keputusan pembelian secara online di instagram. *Jurnal ekonomi manajemen*. 5(1).

- Diawan, N. S., Kusumawati, A., dan Mawardi, M. K. (2016). The Influence Of Store Atmosphere On Purchase Decision And It's Impact On Customer's Satisfaction. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 30 No.1 Hal.8–16.
- Edward, Salis, Gaspersz, V. (2008). *Total Quality Management*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fahimah, Fauzi, A. D. H., dan Hidayat, K. (2015). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 28 No.2 Hal.1–10. Malang: Universitas Brawijaya.
- Fuad, M., dan Hadiati, S. (2014). Atmosfir Toko Sebagai Strategi Mempengaruhi Emosi Belanja Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, Volume 3 No.1 Hal.55–69.
- Gunelius**, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Ismi, Nur. 2019. Dampak Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merk Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang. *Jurnal organisasi dan manajemen bisnis*. (2)1.
- Imam, Randy. 2019. Effect of Perceived Ease of Use, Word-of-Mouth Communication, and Brand Image on Decision to Use Lazada E-Commerce Services. *International journal of multicultural and multireligious understanding*. 6(1)
- Irena, F., Listiono, S., M, D. S. S. M., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., dan Siwalankerto, J. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Variabel Intervening Di Libreria Eatery Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Volume 1 No.1 Hal.1–9.
- Istiqamah, M., Tirtayasa, S., & Pasaribu, H. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Business Strategy and Execution* , 2 (1), 68-78
- I Komang Prema Satya, Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari I.A, Mashyuni. 2022. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata Mei 2022*, Vol. 2 (No. 2) : Hal 505-515
- Juharsah, & Hartini. (2019). he Influence of The Store Atmosphere on Purchasing Decisions on Consumers of Mini Markets in The City of Kendari. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, , 94-99.
- Joshi, J. V., danan Kulkarni, V. R. (2012). A Factorial Study Of Impact Of Store Atmospherics In Organized Retail Chain Stores On Customers Shopping Experience. *The Journal Of Incisive Analysers*, Volume 8 No.2 Hal.89.98.
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020 Indonesia*.
- Kotler, P., & G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* . Jilid 1 (Edisi 12).
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid kedua. Edisi ketiga belas. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran*

- Khairifa. (2019). The Relationship of Social Media Usage to the Satisfaction and Practice of Friendship (Silaturahmi) among Students of Universitas Sumatera Utara. *Budapest International Research and Critics Institute Journal (BIRCI-Journal)*. , 575-589
- Kristiana, M., dan Edwar, M. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Volume 1 No.1 Hal. 113-117. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Lamb, C. W., Josep, H. F., & C. M. (2011). *Marketing*
- Levy, M., & Weitz, A. J. (2001). *Retailing Management*. Richard D. Irwan Inc
- Lupiyoadi. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 3)*
- Machfoedz, M. M. (2016). Shifting From Dichotomy to Dualism : The Way to Survive the Indonesia's Economy". *KnE Life Sciences* .
- Martono, Moh dan Sri Setyo Iriani. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen* , Vol. 2, No. 2.
- Mathur, M., dan Goswami, S. (2014). Store Atmospheric Factors Driving Customer Purchase Intention - An Exploratory Study. *Journal Of Management Research*, Volume 6 No.2 Hal.111–117.
- Meslat, N. (2018). Impact od social media on costumers purchase decision. *Internasional Journal of Global Business Management and Research* , 5 (45)
- Muslihk. 2017. The influence of statisfaction and trust on online purchase decision (empirical study on studenys in Jakarta). *Jurnal akuntansi, manajemen, dan ekonom*. 19(1).
- Musriha, & Gilang R. (2012). Pengaruh Intensitas Pemakaian Internet terhadap Penggunaan Internet untuk Berbelanja Online yang Dimoderasi oleh Consumer Innovativeness di Surabaya. *Ekonomika*, 5, 94–102.
- Nabhan, F., & Kresnaini, E. (2005). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* , 6 (No. 3), 425-430
- Nitisusastro, M. (2012). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan
- Nurdiyanto, Ahmad. 2020. pengaruh kepercayaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara online berbasis e-commerce. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*. 7(1).
- Nofiwaty, dan Yuliandi, B. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet Nyenyek Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, Volume 12 No.1 Hal.1–19.
- Oscar, Yessica. 2019. Pengaruh brand image, persepi harga, dan service quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal muara ilmu ekonomi dan bisnis*. 3(1).
- Pane, Derma. 2020. pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli di situs e-commerce bukalapak. *Jurnal ilmiah kohesi*. 4(1).

- Putra, A. S. B. (2012). Pengaruh Retail Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, Volume 7 No.2 Hal.97–113.
- Putri, L. H., Kumadji, S., dan Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 15 No.2 Hal.1-9.
- Pratiwi, N. M., & Yasa, N. K. (2019). The Effect Of Store Atmosphere, Social Media, Marketing, and Lifestyle on Purchase Decision on Consumers of The Alleyway Cafe. *European Journal of Management and Marketing Studies*
- Rulli, N. (2012). Internet dan Ruang Publik Virtual. Sebuah Refleksi atas Teori Ruang Publik Habermas , 1 (No 1).
- Santika Devi, Suharyo, Dahlan Fanani. 2017. “Pengaruh Store Atmosphere dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan (survey pada pelanggan Café OTW food Street Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, Vol. 52 No. 1 November 2017. Diakses 8 Maret 2020.
- Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sakinah, Nurul. 2019. The influence of customer satisfaction, brand trust and brand image towards customer loyalty. *International journal of entrepreneurship and management practices*. 2(7).
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Solihin, Dede. 2020. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal mandiri : ilmu pengetahuan, seni, dan teknologi*. 4(1).
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D .
- Sugiyono 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). Perilaku Konsumen. (D. Z. Kasip, Ed.) *Jurnal Ilmu sosial* , 11 (Edisi 7).
- Schiffman, G. L., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour*. New Jersey (Edisi 10), 487.
- Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi 4). Yogyakarta:CV Andi Offset.
- Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat
- Umam, K. dan Mansur, M. (2017). Pengaruh Lokasi Toko, Tata Letak Toko Dan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja. *Jurnal Riset Manajemen*, Volume 6 No.1 Hal. 29-44.
- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. O'Reilly Media.

Weenas, J. R. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. EMBA , 1 (4), 607-608

