

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajat, R. (2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach. Yogyakarta: Deepublish.
- Amstrong. (2009). Amstrong'S Handbook Of Human Resource Management Practice 11th Edition. United Kingdom: Kogan Page.
- Azwar, S. (2018). Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace : Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan ( Literature Review Manajemen Pemasaran ). 3(1), 211–224.
- Elisabeth, D., & Si, M. (2017). Perbedaan Persepsi Konsumen Atas Faktor Penentu Tempat Belanja Pada Indomaret Dan Alfamart ( Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Mangga Kecamatan Medan Tuntungan ). 3(2), 203–222.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produkpromosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk. 7, 17–32.
- Febriansyah, Erwin, Finthariasari, M., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Promosi, Store Atmosphere, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. (Jems) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains, 1(1), 20–24.  
<https://doi.org/10.36085/Jems.V1i1.616>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25. : Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, I., Java, C., & Zahroh, F. S. (2023). The Influence Of Auditory And Visual Products On Consumer Purchase Decisions ( Study On Consumers Of Local Coffee Shop In Semilir Semarang ). The 1stproceeding Of The International Conference On Business And Economics, 1(1), 204–2015.
- Imam Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25. Semarang: Undip Press.
- Isa, M., & Istikomah, R. (2019). 98analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, 21(2), 98–110.
- Karmela, L., & Junaedi, J. (2009). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Griya Kuningan. Jurnal Equilibrium, 5(9), 94–

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edii13. Ji). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson Education.
- Muffarikoh, Z. (2019). *Statistika Pendidikan: Konsep Sampling Dan Uji Hipotesis*. Jaka Media Publishing.
- Paradita, S., & Mtd, S. B. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di 212 Mart Banda Aceh. 5(3), 469–487.
- Rizky Pambudi Ali Maddinsyah. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mcdonald’s Cabang Graha Raya Bintaro. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(2), 272–278.
- Rudy Irwansyah. (2021). *Www.Penerbitwidina.Com. Widina Bhakti Persada*.
- Saputra, Y., Rosihan, R. I., Spalanzani, W., Kumalasari, R., Riyanti, H., Studi, P., Industri, T., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Minimarket Sebagai Tempat Berbelanja. 10(1), 45–55.
- Saputra, Y., Rosihan, R. I., Salanzani, W., Kumalasari, R., & Riyati. (2020). No Title. *Rekavasi*, 10(1), 45–55.
- Sardanto, R., & Ratnanto, S. (2016). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pada Angkringan Kota Kediri. 3(1), 31–45.
- Sugiyono. (2018). *Meode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Rnd*. Bnadung: Cv Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta, Cv.
- Sumargo. (2020). *Teknik Sampling*. Jakarta: Unj Press.
- Winarsih, R., Mandey, S. L., Wenas, R. S., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Sam, U., & Manado, R. (2022). R . Winarsih ., S . L . Mandey ., R . S . Wenas Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Makanan , Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado The Effect Of Price Perception , Food Quality , And Store Atmosphere On Consumer Purchase Decisions At Dabu-Dabu Lemong Resto And *Jurnal Emba Vol . 1 0 No . 3*

Juli 2022 . Hal 388-399. 1(3), 388–399.

Yuniarti, V, S. (2015). Perilaku Onsumen Teori Dan Praktek. Bandung: Pustaka Setia.