

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiguno, S., Syahra, Y., & Yetri, M. (2022). Prediksi Peningkatan Omset Penjualan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *Jurnal Sistem Informasi Triguna Dharma (JURSI TGD)*, 1(4), 275. <https://doi.org/10.53513/jursi.v1i4.5331>
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Aprita Nur Maharani, R., & Ali Alam, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Keab Salahuddin. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22>
- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ALFAMART BSD TANGERANG SELATAN. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1).
- Aryandi, J. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFE WAREG BENGKULU*.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Effriena Brillianty, & Anton P.W. Nomleni. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SCARLETT. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 72–77. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i1.153>
- Erlangga, H., Sunarsi, D., & Rifuddin, B. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA STARBUCKS DI WILAYAH CIANJUR. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(4).
- Erlangga, H., Syarif Iskandar, A., Sunarsi, D., & Noorman Haryadi, R. (2022). *PENGARUH PROMOSI DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PIGEONHOLE COFFEE DI BINTARO TANGERANG SELATAN*.
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- 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>
- Hertantiningsih, T., Kunto, S., Wibowo, A., Fuady, I., Studi, P., & Komunikasi, I. (n.d.). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM VIDEO ENDORSEMENT INFLUENCER ARIEF MUHAMMAD DAN TASYA FARASYA DI INSTAGRAM FEEDS. *Jurnal Common* |, 6. <https://doi.org/10.34010/common>
- Heryenzus, & Sitorus. (2019). Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam. *Sitorus & Heryenzus*, 2(1), 1–9.
- Irnando, K., & Irwansyah, I. (2021). Presentasi diri influencer dalam product endorsement di instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(2), 509–532. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i2.2649>
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 8(1), 44. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23499.44-54>
- Kusuma Wardana, C., Kumalasari, S., Agus Setyawan, A., Tromol Pos, J., & Kartasura, P. (n.d.). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce Consumer Reactions to Price Discount and Store Atmosphere on Shopping Behavior in Modern Retail Industry*.
- Lestari, I. (2023). ANALYSIS OF SERVICE QUALITY, STORE ATMOSPHERE, AND PRICE DISCOUNTS ON IMPULSE BUYING AT MATAHARI CONSUMERS DEPARTMENT BINJAI SUPERMALL STORE under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0). *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 2023. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Mumu, S. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KFC Girian. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 2(1), 97–108.
- Prawira Samudra, J., Liang, W., Ladi, S., Gajah Mada, J., Permai, B., & Riau, K. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. In *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* (Vol. 5, Issue 1).
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pascal Books* (Vol. 13, Issue 1). <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Raihan, A., Jati, S., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 231–241. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i1.1925>
- Renwarin, J. M., Bisnis, F., & Teknologi dan Bisnis Kalbis Jalan Pulomas Selatan Kav, I. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian di Pempek G Putra. 8(3).

- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148–158. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1613>
- Setyo Putri, S., & Soliha, E. (n.d.). THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, ENDORSEMENT INFLUENCER, AND PROMOTION OF THE PURCHASE DECISION OF VAVL BEAUTE SKINCARE IN KENDAL DISTRICT. In *JIM UPB Journal of Management Studies Program Batam Putera University* (Vol. 10, Issue 2).
- Solichin, D. E. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Cwimie Malang Bangko*. 6(2), 128–135.
- Sugianto Putri, C. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CHERIE MELALUI MINAT BELI. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Issue 5).
- Syafrida Hafni Sahir. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022*.