

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 328–340.
- Agustin, L. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Ueno Kota Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4* , 1–8.
- Akbar, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Loyalitas Konsumen Go-Jek. *Jurnal STEI Ekonomi*, 20(20), 1–24.
- Al-Khalifa, M. K., Sakti, M. R. P., & Alhadrami, A. (2021). Assessing the Online Purchasing Behavior during the Covid-19 Pandemic: A Case Study in the Kingdom of Bahrain. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 9(1), 109–117. <https://doi.org/10.14421/grieb.2021.091-08>
- Angelika, & Lego, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Chatime Di Mall Ciputra, Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 31–39.
- Lubis, M. D., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 209-218. <https://doi.org/10.30812/target.v5i2.3021>

- Hurek, J. A. E., & Sitorus, D. H. (2023). The Influence of Promotions and Prices on Purchase Decisions at Shopee (Case Study in Tanjung Piayu Community, Batam City). *eCo-Buss*, 6(2), 810-820. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i2.914>
- Badarudin, N., Tumbuan, W. J. F. A., & Imelda, W. J. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Suasana Toko, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Paragon Mart Kabupaten Kepulauan Sangihe. *Jurnal EMBA*, 9(3), 313–322.
- Clarita, N. M. A., Zimbalist, S. B., & Setiowati, R. (2020). Factors Impacting Customer Attitude toward Buying Halal Cosmetics in Jabodetabek. *The Winners*, 21(1), 7–13. <https://doi.org/10.21512/tw.v21i1.5873>
- Darmawan, G. A. (2023). Persepsi Produk Dan Sikap Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Bongaya Journal of Research in Management*, 6(2), 35–44.
- Devica, S. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Flash Sale Belanja Online Dan Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 47–56. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2276>
- Dewati, R., & Saputro, W. A. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Herbal Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(2), 144–152.
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbingan. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 53–60.

- Hotimah, H., & Nancy, L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Jalan Sultan Iskandar Muda Kebayoran Lama. *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia*, 4(1), 28–38.
- Ihsana, K., Hakim, R., & Sulistyono, S. W. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal di Kalangan Masyarakat Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh. *International Journal of Islamic Economics Development and Innovation (IJIEDI)*, 1(1), 20–30.
- Jafrizal. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 329–340.
- Kalputri, S. F. (2021). The Influence of Motivation, Perception, Consumer Attitude Towards Consumer Purchasing decisions Olive Fried Chicken in Glagahsari Yogyakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 2(2), 92–99.
- Karya, H. (2019). *Pengaruh Variasi Menu, Harga Dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Warunk Upnormal Di Kota Makassar* (Skripsi). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia, Makassar.
- Kurniawan, M. Y. (2021). *Pengaruh Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perikanan Pada Ud Fadillah Makmur Jaya Di Kabupaten Gowa* (Skripsi). Universitas MUhammadiyah Makassar, Makassar.

- Lagautu, J., Soegoto, A. S., & Sepang, J. L. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Matahari Department Store Mantos. *Jurnal EMBA*, 7(1), 751–760.
- Learns, M., & Nainggolan, N. P. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt International Hardware Indo Di Kota Batam*. 1–9.
- Lestari, U. P., & Sinambela, E. A. (2022). Keputusan Tempat Pembelian Berdasarkan Kualitas Layanan, Suasana Toko, Dan Persepsi Harga. *Jurnal Satyagraha*, 5(2), 87–97.
- Maruli, E., Anigomang, F. R., & Maro, Y. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Celyn Kafe Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 742–754.
- Maulana, M. F., Nawangsih, & Sulistyan, R. B. (2019). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 78–88.
- Muljono, W., & Setiyawati, S. (2021). Consumers Perception of Online Shopping Intention. *Asia Pacific Management and Business Application*, 9(3), 261–276.
<https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.5>
- Puspika, Y., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di PT Tanindo Plastik Batam. *SEIKO : Journal of Management & Business* , 6(1), 905–914.

- Sari, K., & Simanjuntak, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Motor Kawasaki Prima Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 81–89.
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono. (2021). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 26–33.
- Sipayung, T., & Syahreza, B. (2021). Analisis Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Toko Tia Ponsel di Kota Pematang Siantar). *Jurnal Ekonomi USI*, 3(1), 1–14.
- Soraya, R. (2020). *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada FD Store Ujungbatu* (Skripsi). Universitas Islam Riau, Pekanbaru.
- Sriminarti, N. (2020). Dampak Sikap Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian: Atmosfer Sebagai Variabel Moderasi. *Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal*, 2(1), 147–153.
- Tawakkal, E., Suaib, H., & Zein, E. M. (2021). Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Layar Gading Kota Sorong). *Jurnal Perkusi*, 1(3), 384–388.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan* (A. Diana, Ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tondang, G. A., Nasution, M. L. I., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus:

- Dbest Cafe Tuamang). *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 15–26.
- Yuliani, N. K. D., Mitariani, N. W. E., & Atmaja, N. P. C. D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Dewa Ayu Shop Klungkung. *Jurnal EMAS*, 2(1), 150–161.
- Yurindera, N. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Sikap Terhadap Motivasi Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online Di Masa Pandemi. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 309–320.
- Choirul, Achmad, and Yessy Artanti. (2019). “Millennia™s Impulsive Buying Behavior: Does Positive Emotion Mediate?” *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura* 22(2):223–36. doi: 10.14414/jebav.v22i2.1738.
- Mayasari, Iin, Handrix Chris Haryanto, Iyus Wiadi, Adrian Azhar Wijanarko, and Willy Abdillah. (2022). “Counterfeit Purchase Intention of Fashion Brands: The Personal Values and Social Aspect of Consumers as Determinants.” *Gadjah Mada International Journal of Business* 24(1):1–24. doi: 10.22146/gamaijb.54660.
- Muljono, Wiryanta, and Sri Setiyawati. (2021). “Consumers Perception of Online Shopping Intention.” *Asia Pacific Management and Business Application* 009(03):261–76. doi: 10.21776/ub.apmba.2021.009.03.5.