

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Febriyanti, H. E., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Store Atmosphere, Promosi, Word of Mouth dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 226(1), 226–239. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IMB SPSS 23* (Edisi 8). Universitas Diponegoro.
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Erlangga.
- Krisna, I. P. G. H., Suartina, I. W., & Abiyoga, N. L. A. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Art Shop Surya Silver. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(2), 593–599.
- Lamb, Hair, & McDaniel. (2008). *Pemasaran*. Salemba Empat.
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Peter, J. P. D., & Olson, J. . (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Pratiwi, A., Nuringwahyu, S., Nikin, R., Jurusan, H., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Harga, Store Atmosphere, Produk Kopi Lokal Dan Produk Kopi Internasional Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Excelso Coffee Mall

- Olympic Garden Malang). *Jiagabi*, 10(1), 39–48.
- Rohmanuddin, & Suprayogo, H. A. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel Pakaian “Sting” Cabang Kedoya Green Garden)*. 1(2), 78–89.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Indeks.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Wardana, W., Musnaini, & Wulan, S. K. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Teanol Di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(2), 76–83.