

## DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, A. (2021). Amanah Dalam Perspektif Al-Quran (Studi Komparatif Tafsir Al-Misbah dan Al-Azhar). *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 11(4), 833.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94.
- Ardial, H. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Sinar Grafika Offset.
- Arianty, N. (2024). *Monograf Store Atmosphere pada Usaha Kuliner untuk Meningkatkan Minat Beli Masyarakat*. UMSU Press.
- Ariningtyas, E., & Kusasih, I. A. K. R. (2020). Menguji Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di Wedangan Jimboeng. *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 7(1), 115–123.
- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2023). *Marketing: An Introduction*. In *European Perspectives in Marketing* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Bahtiar, I. P., & Prasetya, A. F. (2021). *Hedonism*. Universitas Ahmad Dahlan.
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach*. In *Retailing Principles*. Pearson Education Limited.
- CNN Indonesia. (2023). *CT Transformasi Transmart, Jamin Harga Lebih Murah*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230207125725-97-909877/ct-transformasi-transmart-jamin-harga-lebih-murah>
- Faradila, N., & Suseno, E. (2021). Nilai Hedonis, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Kuota Internet Indosat di Era New Normal. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 73–81.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0 (Ke-3)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grewal, D., & Levy, M. (2014). *Marketing* (4th ed.). McGraw Hill Education.
- Griffin, J. (2015). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Handoko, B. S. (2015). *Manajemen Pemasaran - Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Herawaty, M. T., Aprillia, Rahman, A., Rohimah, L., Taruna, H. I., Styaningrum, E. D., & Suleman, D. (2022). The Influence of Service Quality and Price on Alfamart Consumer Loyalty with Customer Satisfaction as Mediation Variables. *International Journal Of Social And Management Studies (IJOSMAS)*, 3(2), 246–257.
- Hoyer, W. D., McInnis, D. J., & Pieters, R. (2024). *Consumer Behavior* (8th ed.).
- Husna, M., & Lubis, P. H. (2019). Pengaruh Motivasi Utilitarian dan Motivasi Hedonis terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Pengunjung Sport Station Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 230–244.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Iswahyudi, I. (2019). Estetika Dalam Seni Islam Menurut Sayyed Hossein Nasr. *Jurnal Budaya Nusantara*, 3(1), 32–45.
- Jogiyanto, H., & Abdillah, W. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (1st ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, S. (2021). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi terhadap Produk Fashion. In *UIN Raden Intan Lampung*.
- Levy, M., Weitz, B., & Grewal, D. (2023). *Retailing Management* (11th ed.). McGraw Hill Education.

- Listiono, F. I. S., & Sugiarto, S. (2015). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening di Libreria Eatery Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–9.
- Mu'ah, & Masram. (2021). *Loyalitas Pelanggan: Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Zifatama Jawa.
- Murtiningsih, E., Susanti, R., & Indriastuti, D. R. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(1), 34–43.
- Nasib, Tambunan, D., & Syaifullah. (2021). *Perilaku Konsumen*. Nuta Media.
- Nursyirwan, V. I., & Valentika, N. (2021). Structural Equation Modeling-Partial Least Squares: Analysis of The Effect of Hedonic Value on Customer Satisfaction and Loyalty. *Desimal: Jurnal Matematika*, 4(1), 37–46.
- Prasyanti, P. A., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 16–23.
- Puspitaweni, R., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2021). The Influence of Product Quality and Price on Customer Loyalty of Telkomsel Users through Customer Satisfaction in Medan City. *International Journal of Research and Review*, 8(12), 580–586.
- Rachman, H. F., Wardhana, A., Pradana, M., Wijaksana, T. I., & Renaldi, R. (2021). The Effects of Store Atmosphere and Service Quality on Customer Loyalty (Case Study of A Coffee Shop in Tasikmalaya, Indonesia). *Proceedings of the Second Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 14–16.
- Rafika, N. A., & Yulhendri. (2020). The Effect of Store Atmosphere, Product Quality, Customer Satisfaction and Electronic Word of Mouth on Customer Loyalty in Gubuk Coffee Padang. *Atlantis Press*, 124, 788–802.
- Rahmawati, I., Sa'adah, L., & Amalia, N. (2020). *Faktor Diskon, Bonus Pack dan In Store Display serta Pengaruhnya terhadap Pembelan Impulsif*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Rai, A. K., & Srivastava, M. (2014). Customer Loyalty: Concept, Context and Character. In *Al-Barkaat Journal of Finance & Management* (Vol. 7, Issue 2). McGraw Hill Education (India) Private Limited.
- Sari, A. N., & Maftukhah, I. (2019). The Influence of Utilitarian Value and Hedonical Values on Customer Loyalty through Customer Satisfaction. *Management Analysis Journal*, 8(2), 146–155.

- Scarpi, D. (2020). *Hedonism, Utilitarianism, and Consumer Behavior: Exploring The Consequences of Customer Orientation*. Springer Nature Switzerland AG.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior*. Boston : Pearson.
- Sobari, H. (2022). Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan sebagai Rujukan Keputusan Pembelian di Pasar Modern. In *Cv. Global Aksara Pers* (Vol. 8). CV. Global Aksara Pers.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, Being* (12th ed.). Harlow : Pearson Education.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulaiman, Suriadi, Pratama, A., Veronika, & Agusthera, D. D. (2020). Analysis of The Effect of Store Atmosphere and Store Image and Store Location on Customer Loyalty through Purchase Decision Customer Matahari Department Store in Samarinda City. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 3508–3513.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sundari, A., & Syaikhudin, A. Y. (2021). *Manajemen Ritel (Teori dan Strategi dalam Bisnis Ritel)*. Academia Publication.
- Susanti, Y., Ispurwanto, W., & Murti, T. R. (2021). The Effect of Switching Barriers, Hedonic Value on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Mediator. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(1), 411–422.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction 4*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2(1), 1–9.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw Hill Education.