

DAFTAR PUSTAKA

- Amman. (2023). *Zara Investement Holding (ZARA)*. Investing.Com.
<https://id.investing.com/equities/zara-investmen-financial-summary>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Kelompok Gramedia.
- Bakti, U., Hairudin, & Setiawan, R. (2021). Pengaruh Harga, Personal Selling, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Motor Pada Dealer Pt. Yamaha Putera Langkapura. *Jurnal Cakrawala Indonesia*, 1(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalaindonesia.v1i1.343>
- Bintang Eka Putera, K., Susanti, N., & Cempena, I. (2022). Analysis of the Effect of Price Perception, Product Quality, Physical Evidence on Consumer Satisfaction and Purchase Decision on the Sumber Jaya Livestock Group. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 1(7), 768–778.
<https://doi.org/10.55324/ijoms.v1i7.144>
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Dalihade, M. P., Massie, J. D. D., & Tielung, M. V. J. (2017). Pengaruh Potongan Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado Price Discounts and Store Atmosphere, on Impulse Buying At Matahari Departement Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 5(3), 3538–3549.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.17617>

- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (8 ed.). badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Anderson, R., Babin, B., & Black, W. (2010). Multivariate Data Analysis.pdf. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (hal. 758).
- Hamdani. (2018). *Strategi Belajar Mengajar*. Pustaka Setia.
- Hardiyanto, I. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Coffee Shop Starbucks Ahmad Yani Bandar Lampung)*. <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/63421>
- Hartono, J. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. BPFE.
- Haryoko, U. B., & Febriyanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Bebenito Group Tangerang Selatan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(1), 78–95. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view/4291/3223>
- Hazrati Havidz, H. B. (2022). Effect of Price Perception and Service Quality on on Purchase Decisions. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 3(4), 469–481. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v3i4.1473>
- Hernikasari, I. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Poduk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>

- Hidayat, M., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Alfamart Di Jalan Tangkuban Perahu, Kerobokan Badung. *Journal of Universitas Mahasarakswati Denpasar*, 1.
- Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, IX(Iii), 209–215.
- Kartikasari, D., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2013). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 3(2), 74110.
- Keviin, A. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Kecil Cempaka Putih serta Tinjauan dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Yarsi) Program Studi Manajemen*.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Erlangga (ed.)).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (9 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing, 16th Edition*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). PT Index.
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2830>
- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–246. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>
- Novardo, T. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Merek Eiger Di Indonesia. *journal Universitas Lampung*.

- Noviyanti, E. K. (2021). Analisis *Store Atmosphere* Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Toko Bintang Kasih). *Journal STIE Malangkececwara*.
- Octaviani, A. (2013). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Toffe Jatim Expo Surabaya. *Journal of Menegement and Bussines*.
- Periantolo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Prabowo, G. A. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada CV. Matahari Pink Inspiration Madiun). *The 6th FIPA (Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi)*.
- Pradana, N. R., & Wardana. (2019). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan (Studi pada Keluarga Konsumen Toko Ritel di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(2), 71–82.
- Pratiwi, N. M. I., & Yasa, N. N. K. (2019). European Journal of Management and Marketing Studies the Effect of *Store Atmosphere*, Social Media Marketing, and Lifestyle on Purchase Decisions on Consumers of the Alleyway Cafe. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 4(4), 85–100. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3592913>
- Purba, R. R. (2019). “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan.” 4(1).
- Putra, T. R. I., Aprilia, C., & Aulia, A. (2019). The Role of *Store Atmosphere* on Purchase Decision: Case of Cafes in Banda Aceh. *MANAGEMENT AND ECONOMICS REVIEW*, 4(2). <https://doi.org/DOI:10.24818/mer/2019.12-03>
- Putri, B. R. T. (2017). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Universitas Udayana.
- Putri, R. (2023). *Sejarah Eiger, Brand Lokal yang Produknya Berlabel “Made in China.”* Tempo.co. <https://bisnis.tempo.co/read/1721489/sejarah-eiger-brand-lokal-yang-produknya-berlabel-made-in-china>

- Rachma, W. (2019). *Analisis Pengaruh Store Atmosphere Dan Store Image Terhadap Minat Beli Di Coffe Shop Minum Kopi Medan (Studi Kasus : Pelanggan Coffe Shop Minum Kopi Medan)*. 27.
- Saputra, W. D. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Fashion Erigo Ditinjau Dalam Sudut Pandang Islam (Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2019 – 2022 Universitas Yarsi)*. <http://digilib.yarsi.ac.id/id/eprint/11915>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen* (Zoelkifli (ed.); 7 ed.). PT Index.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan*. Andy Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality dan satisfaction* (4 ed.). Andy Offset.
- Utami, C. W. (2018). *Manajemen ritel : strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia* (3 ed.). Salemba Empat.
- Wulandari, L., & Saragih, D. R. U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Watsons dan Guardian Mall Cipinang Indah. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 16330–16339.
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.