

DAFTAR PUSTAKA

Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). Pengaruh Brand image dan Brand Trust Terhadap keputusan pembelian sepatu converse. *Agora*, 5.

Andari, P., & Sumiyarsih. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek OXGNDW (OXY). *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 35–52.

Djarmiko, T., & Pradana, R. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.009>

Eli Achmad Mahiri. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjarnegara. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>

Fikri, M. Z., & Mulazid, A. S. (2018). Pengaruh Brand Image, Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket Kedai Yatim. *Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 22–3. <https://doi.org/10.30997/jsei.v4i1.1066>

Fikri, Muhammad Zainul, & Mulazid, A. S. (2018). Pengaruh Brand Image, Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket “Kedai Yatim.” *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 22–32. <https://doi.org/10.30997/jsei.v4i1.1066>

Ghozali, I. (2013). *Analisis Multivariate dengan SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Ghozali, I. (2018). *Ghozali 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Hawkins, & Mothersbaugh. (2013). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy* (The McGraw).

Indonesia, T. B. (2021). *No Title*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edisi).

Levi, M., & WEITZ, B. . (2012). *Retailing Management Information Center*. McGraw Hill Higher Education.

Lutfi, S., & Irwanto, J. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 1(1), 40–51. <https://doi.org/10.30741/adv.v1i1.17>

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>

Novyanti, I. (2020). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PRODUK, VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA NIAT BELI ULANG DAN DIMODERASI HARGA PADA COFFEE SHOP JANJI JIWA*. 4(1), 1–9.

Pratiwi, N. K. A., & Ekawati, N. W. (2020). Brand Image Memediasi Hubungan E-Commerce Dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(6), 2268. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i06.p11>

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). Perilaku Konsumen Edisi Kedua. In *PT. Indeks Gramedia*.

Sterie, W. G., Massie, J. D. D., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24200>

Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21.

Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23496.21-27>

Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.328>

Tilaar, T. T., Soegoto, A. S., & Arie, F. V. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan the Influence of Store Atmosphere and Perception Value Toward Purchasing Decision (Study in Rm D ' Fish Area of Megamas Manado). *Jurnal Emba*, 5(3), 3488–3497.

Vicky. (2019). Pengaruh Food Quality , Brand Image , Store Atmosphere Terhadap Purchase Decision Pada Cafe Calibre. *Agora*, 7(2), 6.

Vilalba, I. E. (2017). Pengaruh store atmosphere dan price discount terhadap keputusan pembelian impulse buying pelanggan Carrefour Market. *Management and Business Review*, 1(2), 54–64. <https://doi.org/10.21067/mbr.v1i2.4725>

Vivian, S. (2020). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck. *Jurnal Transaksi*, 12(1), 51–66.