

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, K. (2014). Metode penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Andhini, N. F. (2017a). Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Andhini, N. F. (2017b).. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ariyanto Aris, Anum, N., & Denok, S. (2020). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ALFAMART BSD TANGERANG SELATAN*. 3(1), 29–36.
- Cahaya, E., & Harti. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya. *Universitas Negeri Surabaya*, 1(1), 1–15.
- Fitrianingsih, D., & Budiansyah, Y. (2019). Pengaruh Current Rasio Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Harga Saham Di Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2017. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 12(1), 144–167. <https://doi.org/10.35448/jrat.v12i1.5347>
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NISSAN X-TRAIL PADA PT. WAHANA WIRAWAN MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221–2229. <https://doi.org/10.35794/EMBA.V5I2.16521>
- Gunawan Kwan, O. (2016). Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 27–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.27-34>
- Hartuti, E. T. K. (2020). *The Influence Of Location On Purchase Decision at Pakuwono Apartments In South Jakarta Elizabeth*. 1(1), 174–182.
- Haslinda, & Muhammad, J. (2016). Pengaruh Perencanaan Anggaran Dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, II(1), 1–21.
- Hendra, S. (2017). *PEMGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT KONSUMEN (STUDI PADA PT. SAMUDRA TOUR AND TRAVEL PEKANBARU)*. 4(1).
- Ida Hidayah, T. A., & Nugroho, D. W. P. S. (2021). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

(Studi Kasus Pada Pudanis di Kaliwungu). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(1), 76–82.

Ishak, R. F., & Somadi, S. (2019). Analisis Efisiensi Industri Kreatif Unggulan Kota Bandung Dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis. *Competitive*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.36618/competitive.v14i1.503>

Kartikasari, D. zainul Arifin, K. H. (2013). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 3(2), 74110.

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*.

Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>

Meissy, P. F. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 Di Surabaya. *Agora*, 7(1), 287221.

Mona, M., Kekenusa, J., & Prang, J. (2015). Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud. *D’CARTESIAN*, 4(2), 196. <https://doi.org/10.35799/dc.4.2.2015.9211>

Mu’arif, A., & Suryawardani, B. (2017). Analisis Bauran Promosi Pada Cafe Roempi Bandung Pada Tahun 2017. 3(2), 200–204.

Novalia, N., & Hanindah. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mutiara Super Kitchen Bandung. *Manners*, 1(1), 7.

Noviyanti, I., & Hayati, F. A. (2019). The Influence of Location and Selling Price on Purchasing Decisions at PT. Gapura Prima Group. *PINISI Discretion Review*, 3(2), 169. <https://doi.org/10.26858/pdr.v3i2.13265>

Nursalam, 2016, metode penelitian, & Fallis, A. . (2013) *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Pola, F. I. T. S., & Berbasis, J. (2004). Metode Penelitian Metode Penelitian. In *Metode Penelitian*.

Posumah, F. (2015). Pengaruh Pembangunan Infrastruktur terhadap Investasi di Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisien*, 15(2), 1–13.

Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 10(1), 21–24. <https://doi.org/10.35797/jab.10.1.2020.28825.21-24>

Prof.Dr.Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian*.

Prof.Dr.Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*.

Prof.Dr.Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian*.

Prof.Dr.Sugiyono. (2017b). *Metode Pnelitian*.

Purwanti, N. D., & Dewi, R. M. (2014). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto Tahun 2006-2013. *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*, 2(3), 1–12.

Rohmaniah, A. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi dan Brand Image terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating*. 108.

Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip - prinsip Pemasaran* (Maya (ed.)). ANDI.

Solihin, M., & Kurniadi, D. (2015). Rancang Bangun Sistem Informasi Parkir Sekolah Tinggi Teknologi Garut. *Jurnal Algoritma*, 14(2), 133–145. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.14-2.133>

Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran* (F. Sigit (ed.)).

Suhairi, D. (2019). *The Importance of Location , Promotion , and Merchandising in Affecting the Consumer Purchasing Decision : A Case Study in PT Wijaya Motor Bandung , Indonesia*. 1(2), 143–154.

Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Os Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 81–89.

Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.

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>

Tjeleni, I. (2013). Kepemilikan Manajerial Dan Instiusional Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 129–139. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.1949>

Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 136–146. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>

Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84–90. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>

Yuliana. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Dapur DK (Dewi Kahyangan) Jombang PENDAHULUAN* *Kebutuhan konsumen yang semakin besar dan beragam , membuat dunia bisnis semakin berkembang guna memenuhi kebu*. 1, 28–38.

Zarkazy, H. F., Rois Arifin, & Hufron, M. (1945). *Pegaruh Store Atmosphere, Product Quality, Price, Location Dan Promotion Mix Terhadap Keputusan Konsumen Superindo Tlogomas Malang*. 218–230.

