

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M. F. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Giant Cabang Perintis Kemerdekaan Kota Makasar.
- Alkhabi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Alat Tulis Pada Konsumen Toko "ARIA" Jalan Letjend Suprpto Ronowijayan Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo.
- Ardani, P. B. (2016). Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion Dan Impulse Buying Di Discovery Shopping Mall. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.5 No.7*, 4423-4452.
- Arofah, N. D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pupuk Bawang Caffé & Dinning Kota Wisata. *E-Journal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*.
- B.d, E. (2014). Indikator Store Atmosphere.
- Budiono, C. P. (2020). *Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram, Store Atmospher Dan Cita Rasa Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Ayam Geprek Juara Di Rawangmangun*.
- Diana, T. (2016). Cita Rasa.
- Keller, K. (2010). *Marketing Management 13 Edition*. Jakarta: Erlangga.
- keller, K. D. (2012). *Indikator Keputusan Pembelian*.
- Kurniawan, T. (2016). Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bumi Anugerah. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1.
- L, S. (2014). Store Atmosphere.
- Mahmudah, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Konsumen Di Rumah Makan Lesehan Goa Lowo Sampung Ponorogo). *Universitas Muhammadiyah Ponorogo*.
- P, A. S. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian . *Jurnal Kompetitif Bisnis Volume 1, Nomor 1, Maret 2020*, 28-38.

Pangestika, L. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Warcet Mas Gimbang Jl. Kh.Ahmad Dahlan No.43, Ponorogo.

Repository UMY. (n.d.). Retrieved from <http://repository.umi.ac.id>

Rosad. (2015). Definisi Manajemen Pemasaran.

Rosad. (2015). Manajemen Pemasaran.

S, I. B. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta.

Santoso. (2014). Uji Koefisien Determinasi.

Sopiah, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.

Soppiah, h. (2010). Metode Pengambilan data.

Stanton, W. J. (2012). Pemasaran.

Sugiyono. (2013). Uji Validitas.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sunyoto. (2012). Analisis Regresi Berganda.

Sunyoto, D. (2019). *Dasar - Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS Publishing.

Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa Vol.05 No.03-Desember*.

Tjiptono, F. (2014). Keputusan Pembelian.

Yustiawan. (2016). *Perilaku Konsumen*.