

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A. (2019). Kreativitas Guru Fiqih Dalam Penggunaan Metode Pembelajaran Di Mts Al-Ma'arif Tulungagung. *Pendidikan*, 84, 65–78.
- Ali, M. S. I., & Mubarak, K. M. (2016). Exterior Atmospherics and There Impact on Consumer Purchasing Behavior at Self- Serving Convenience Stores. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 5(11), 263–268.
- Azwar, S. (2010). Metodologi penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2017). *Retail Management: A Retail Approach*. United Kingdom: Pearson.
- Fitriyani, Z. A. (2021). Buying Decision: Ditinjau dari Store Atmosphere, Price, dan Word of Mouth Pada Toserba Duta Mojokerto. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 6(1).
- Foster, B. (2011). Manajemen Ritel. *Bandung: Alfabeta*.
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan : Untuk Pemula*. Sukoharjo:Jasmine.
- Jaya, H. S., & Suparna, G. (2018). Pengaruh Atmosfer Toko Dan Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Temday Store Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(6), 2887.
- Lamb Charles W.; Hair, Joseph F, dan McDaniel, C. (2011). *Pemasaran* (edisi ketu). Selemba Empat.
- Ma'ruf Hendri. (2010). *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Martinus, H. (2011). Analisis Industri Retail Nasional. *Humaniora*, 2(2), 1309.
- Matondang, S. P. S. B., & Kesuma, T. M. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di 212 Mart Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(3), 469–487.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., dan Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi (ed.); 3rd ed.). UI-Press.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga*, 90.
- Nofiwaty, & Y. (2014). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet Nyenyas Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 12(1), 55–73.
- Nomleni, A. P. W., Mulyandi, M. R., & Susanto, R. W. (2020). Analisis Hubungan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ikea Indonesia. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 2(3), 30–35.
- Panicker, R. K., & Anusha, M. N. (2022). *A Study on Sensory Branding in*

Organised Retail Stores in Kerala. 11(6), 702–706.

- Patil, R. S. P. S. (2015). Market-Basket Analysis Using Agglomerative Hierarchical Approach for Clustering a Retail Items. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 4(3), 783–789.
- Rachim, T., & Setiawan, I. (2014). The Effect of Product Attributes and Pricing Policy to Netbook Purchase Decision (Case Study of University Widyatama Students). *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 3(4), 522–527.
- Rahmadana, N. M. S. (2016). Pengaruh display produk dan suasana toko terhadap pembelian impulsif di minimarket eramart cabang lembuswana samarinda. *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Unmul*, 4(3), 687.
- Rohmah, W. (2021). Keputusan Pembelian Online Konsumen Shopee dan Faktor yang Mempengaruhi. *Journal Competency of Business*, 5.
- Safitri, Anita Dwi and , Dr. Djalal Fuadi, MM. (2020) *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Remaja di Desa Lojirejo*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Schiffman, L. G. dan L. L. K. (2008). Perilaku Konsumen. *PT. Indeks, Jakarta*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, P. (2011). *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung*.
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4(3), 21–22.
- Syarifudin. (2016). *Kebijakan Faktor-Faktor Store Atmosphere pada Toko Best Computer di Pontianak. 1(7), 1594–1604*.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar metode penelitian*. Yogyakarta: teras.
- Trihudyatmanto, M. (2020). Analisa Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi Terhadap Impulse Buying Melalui Emotional Response Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 3(2), 136–146.
- Usti, Y. M., & Fitriani, L. K. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toserba Terbit Kuningan (Survey Pada Konsumen Toserba Terbit Kuningan). *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1).
- Widyastuti, U. (2017). *Pelaksanaan Layanan Bimbingan Belajar Siswa Kelas V di SDIT AZ-ZAHRA Sragen. 22*.

- Yuliandery. (2016). *Pada Mini Market Bintang Timur di Sosok Yuliandery Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak KAJIAN TEORITIS Retailer yang berarti memecahkan sesuatu secara harfiah disebut juga sebagai eceran / perdagangan eceran , dan peritel / retailer diarti. 1(3), 741–747.*
- Yuliyanto, Bima & Fuadi, Djalal. (2021). *Barang di Ritel Modern Alfamart Daerah Faktor – Faktor Penyebab Konsumen Membeli.* Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.