

REFERENCES

- Arianty, N., & Andira, A. (2021, March). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 40-43.
- Arismen, Sulistiadi, W., & Chalik, A. (2019, February). Strategi Bauran Pemasaran Pelayanan Kesehatan RSD Kol. Abundjani Bangko di Era Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). *Jurnal ARSI*, 98-100.
- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020, October). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ALFAMART BSD TANGERANG SELATAN. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), 30.
- Artana, I. P., Wisesa, I. G., Setiawan, I. K., Utami, N. L., Yasa, N. N., & Jatra, M. (2019). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, DISPLAY PRODUCT, DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING (Studi kasus pada Indomaret di kota Denpasar). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 8.4, 371-373.
- Astutik, A. D., Pujiyanto, A., & Maduwinarti, A. (2018). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Toko Ritel Mitra 10 Wiyung Surabaya).
- Christinto, I. M., & Hadi, M. (2018, December). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GRAMEDIA MATOS MALANG. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 400-401.

- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2020, December). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 2-6.
- Effendy, A. A. (2019). ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN AZKA TOYS PAMULANG TANGERANG SELATAN. *JURNAL ILMIAH FEASIBLE: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, 1(1), 80.
- Fadil, M. F., & S, Y. (2022, January). PENGARUH STORE ATHMOSPHERE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KAMALA SEI JAWI. *JURNAL EKONOMI INTEGRA*, 12(1), 48-56.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., Febriansyah, E., & Sandova, A. S. (2020, January). PENGARUH PROMOSI, STORE ATMOSPHERE, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*, 1(1), 20-24.
- Gunawan, Ade Candra; Susanti, Febsri;. (2019). PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE DI KOTA PADANG.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Ivone, Wongnur, T., Arwin, Lisa, & Ciamas, E. S. (2019, May). PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH MURID DI SEMPOA SIP SUMUT DAN ACEH. *JURNAL ILMIAH SIMANTEK*, 3(2).

- Jaya, H. S., & Suparna, G. (2018). PENGARUH ATMOSFER TOKO, KESESUAIAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TEMDAY STORE DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(6), 2887-2912.
- Lubis, D. I., & Hidayat, R. (2017, February). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1), 15-24.
- Permatasari, B. (2019). PENGARUH DAYA TARIK, KEPERCAYAAN, DAN KEAHLIAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal TECHNOBIZ*, 31-36.
- Safitri, I. (2019). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERALATAN RUMAH TANGGA (Studi Kasus pada Konsumen Toko Iin Jaya Plastik di Temanggung).
- Samboro, J., Budiarti, L., & Santoso, E. B. (2019). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO BUKU TOGAMAS MALANG. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 75-82.
- Sari, Y., & Gultom, A. W. (2019). Pengaruh bauran pemasaran dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada usaha waralaba di Kabupaten Oku (The influence of marketing mix and market orientation on the competitive advantage of franchising in Oku Regency). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)*, 9-16.

- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 38-51.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 21-34.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). PENGARUH PROMOSI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI OS HOTEL BATAM. *JURNAL ILMIAH KOHESI*, 62-70.
- Tanjung, A. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *JURNAL MANAJEMEN PELITA BANGSA*, 1-18.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Widjaja, Y. R., & Indriani, D. (2020). STORE ATMOSPHERE DAN PROMOSI SEBAGAI DAMPAK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BANDOENGSCHER MELK CENTRALE (BMC). *Jurnal Sain Manajemen*, 1-10.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DIGITAL (DIGITAL MARKETING) TERHADAP BRAND AWARENESS PADA E COMMERCE. *Manajerial*, 198-209.

Zulkarnain, M. A. (2018). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Toko Buku Togamas Petra Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1-7.

