

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. A. Y., & Firdaus, R. R. (2021). Pengaruh Minat Penggunaan Financial Technology Ovo Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Matahari Department Store Samarinda. *Jurnal Ekonomika Vol, 10(2)*, 490-503.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 6(1)*, 660-669.
- Andi, Chakti G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Makasar: Celebes Media Perkasa.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 4(12)*.
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Berman Dan Evans Dialihbahasakan Oleh Lina Salin (2014), *Pengertian Store Atmosphere Menurut Para Ahli*. (Online). [Http://Repository.Uinsu.Ac.Id/](http://Repository.Uinsu.Ac.Id/) .
- Berman, B., Joel, R. E. & Patrali, C., 2018. *Retail Managament A Strategic Approach*. 13 Penyunt. Uk: Pearson.
- Buchari Alma, (2009). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Eun Young Kim, Y.K. K. (2002). Predicting Online Purchase Intentions For Clothing Products, *European Journal Of Marketing, Vol. 38* (883-897).
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate-Dengan Program Ibm Spss 25. Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozhali, I. (2013). *Analisis Multivariate Program Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustia, M., & Yulinda, A. T. (2022). The Influence Of Price Discount And Store Atmosphere On Consumer Purchase Decisions At Equator Stores In Bengkulu

- City. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 3(4). Doi: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i4>
- Kopindo, R., Sudarwati, S., & Istiqomah, I. (2022). Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Brand Image, Store Atmosphere, Dan Maketing Online. *Jurnal Dimensi*, 11(1), 12-21. Doi: <https://doi.org/10.33373/dms.v11i1.3217>
- Kotler, P. & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principle Of Marketing* (G. Edition (Ed.); 14 Edition).
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 Dan 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip And Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Armstrong, Gery. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 1*. Jakarta: Pt Indeks.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kesebelas*. Pt. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Phillip Dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management 16 Edition*. New Jersey: Pearson Pertince Hall.
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jd. Id Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(3), 1-13.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2013). *Retailing Management 9th Edition*. New York: Mcgraw-Hill.
- Liesander, Indra. 2017. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Lima Di Jawa Timur. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(2).
- Liyono, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline

- Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 73-91. Doi: <https://doi.org/10.32815/Jubis.V3i1.1089>
- Lupiyoadi, Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma'ruf, H. (2006). *Pemasaran Ritel (2dn Ed)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mamuya, N. C. (2018). The Effect Of Sales Promotion And Store Atmosphere On Hedonic Shopping Motivation And Impulsive Buying Behavior In Hypermart Manado City. *Development Research Of Management*, 13(1), 83–99.
- Mejía, J. (2016). *Consultant And Speaker In Marketing*.
- N. Evelina, H. D. Waloejo, And S. Listyorini, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 1, No. 1, Pp. 203-213.
- Peter Dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahma, A., & Yuliati, A. L. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Matahari Department Store. *Eproceedings Of Management*, 6(3).
- Reddy, G. (2016). Digital Marketing Impact On The Consumer Decision Making Process In Nike's Customer Retail _ Operations In South Africa,' *Gordon Institute Of Business Science*.
- Ryan, Damian And Calvin Jones. 2009. *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation*. United States: Kogan Page Limited.
- Saladin, Djaslim. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sanjaya, Ridwan Dan Josua Tarigan, (2009), *Creative Digital Marketing*, Pt Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Schiffman Dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sekaran, Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Jakarta. Salemba Empat.

- Somantri, B., Syawal, N. P., & Wijaya, Z. R. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Location, Dan Social Media Terhadap Keputusan Pembelian. *Cakrawala Repositori Imwi*, 5(2), 190-199.
- Stokes, R. (2011). *Emarketing: The Essential Guide To Digital Marketing, Edisi Empat*, Quirk Pty Ltd.
- Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian Dan Pengembangan*. Cetakan Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono, D. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaeman, A., Komarudin, & Rahayu, S. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Supermall Karawaci Tangerang. *Jurnal Arastirma Universitas Pamulang*, 2(Agustus), 295–302. Doi: [Http://Dx.Doi.Org/10.32493/Arastirma.V2i2.23181](http://Dx.Doi.Org/10.32493/Arastirma.V2i2.23181)
- Sutisna. 2014, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Penerbit Pt. Remaja Rosdakarya, Bandung, Cetakan I.
- Tansya, S., Samuel, H., & Adiwijaya, M. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Store Image Dan Purchase Intention Produk Fashion Merek Zara Di Surabaya. *Petra Business And Management Review*, 5(1).
- Thompson. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian. *Fakultas Ekonomi Usu*.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67-86.
- Titing, A. S., & Sriwahyuni, E. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Vivo (Studi Kasus Pada Ziola Aneka Jaya Kolaka). *Asset: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1).

- Tjiptono. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tri Rachmadi, 2020, *The Power Of Digital Marketing*, TIGA Ebook. Hal 55.
- Trihapsari, T., & Talkah, A. (2022). Analisis Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Matahari Brand Trenggalek Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Otonomi*, 22(1), 150-159. Doi: <https://doi.org/10.32503/Otonomi.V22i1.2435>
- Utami, Cristina Widya 2014. *Manajemen Ritel (Strategi Dan Implementasi Ritel Modern)*; Jakarta: Salemba Empat.
- Wandirah, A., & Atmaja, I. M. D. (2013). Pengaruh Kredit Simpan Pinjam Terhadap Pendapatan Koperasi Pada Koperasi Tani Satya Jaya Keloncing Periode 2006–2011. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 2(1).
- Wibowo, Adi Lili Dan Donni, Juni Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Wijaya, B. S., & Nasution, A. A. (2022). Social Media, Personal Branding, And The Hypoesthesia Of Communication Corruption. *Cogent Arts & Humanities*, 9(1), 2095095.

NON BUKU & JURNAL

1. Statistik 10 retail dengan Nilai Konsumen Tertinggi di Indonesia Tahun 2021
<https://account.yougov.com/id-id/>
2. Indikator Nilai Konsumen
<https://goodstats.id/article/10-ritel-dengan-nilai-konsumen-tertinggi-di-indonesia-2021-itZKh>
3. *Website Matahari Department Store*
<https://www.matahari.com/corporate/>