

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R., Dwikotjo, F., & Sumantyo, S. (2023). Dampak Store Atmosphere , Citra Merek , Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sociolla Di Summarecon Mall Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(September), 2482–2501.
- Arianto, D. P. H. (2020). Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae Dwi Putra Hendro Arianto Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. Sage Publications, Inc.
- Donovan, R. J., & Rossiter, J. R. (2018). Store Atmosphere And Purchasing Behavior. *Journal Of Retailing*, 4359(November 1994).
[https://doi.org/10.1016/0022-4359\(94\)90037-X](https://doi.org/10.1016/0022-4359(94)90037-X)
- Dzulhamdi, M., Tarigan, H., & Perception, P. (2024). Pengaruh Quality Product , Price Perception , Dan Brand Image Terhadap Customer Satisfaction. *Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3, No 5, J(5), 539–549.
- Effendy, F. H., & Hidayat, I. (2019). Effect Of Service Quality , Price And Store Atmosphere On Customer Satisfaction (Study On Cangkir Coffee Shop In Surabaya). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3, 123–148.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., Windasari, S., Manajemen, M. S., Bhayangkara, U., Raya, J., Manajemen, M. S., Bhayangkara, U., Raya, J., Manajemen, M. S., Bhayangkara, U., Raya, J., & Beli, M. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli : Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
- Febrian, R. R., & Khalid, J. (2024). Pengaruh Suasana , Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Kisaran Depok. *Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(3), 155–165.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares – Smartpls 4.0: Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 4 Untuk Penelitian Empiris* (Y. Pratama (Ed.); Edisi Empi).
- Hair. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R*.

- Haneemsipatma, A., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2024). Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Pendahuluan Kehidupan Manusia Di Zaman Sekarang Sangat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 199–214. <https://doi.org/10.32502/jimn.v13i2.7194>
- Ibtisamah, N., Yurindera, N., & Manajemen, P. S. (2025). Dari Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Menuju Loyalitas : Analisis Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Di Cinema Xxi. *Esensi: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2).
- Indiarto, R. P. (2021). Customer Satisfaction And Their Impact To Customer Loyalty On Kopi. *International Journal Of Business, Economics And Law*, 25(2), 49–59.
- Jiang, J. J., & Klein, G. (N.D.). *Ekspektasi-Konfirmasi Teori : Memanfaatkan Kekuatan Deskriptif*. 384–386.
- Jiang, J. J., & Klein, G. (2009). Expectation-Confirmation Theory: Capitalizing On Descriptive Power. *Handbook Of Research On Contemporary Theoretical Models In Information Systems*, 384–401. <https://doi.org/10.4018/978-1-60566-659-4.ch022>
- Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Nurfatmah, W., Suhardi, D., & Gunawan, W. H. (2024). Pengaruh Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Pengguna Produk Tupperware Di Kabupaten Kuningan). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1–14.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., Dwikotjo, F., & Sumantyo, S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada E- Commerce Shopee. *Jim Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 537–553.
- Philip Kotler, G. A. (2018). *Principles Of Marketing* (S. H.-P. Y. Global Edition Contributors: Jan Charbonneau, Geoff Fripp, Ayantunji Gbadamosi, Alice Cheah Wai Kuan, Marc Oprešnik, Abdul Rauf, Muneeza Shoaib, Diane Sutherland, Jon Sutherland, Nguyen Hai Anh Tran, Nina Von Arx-Steiner (Ed.); 17th Ed.).
- Sibangkaja, D. D. I., Agung, I. G., Purnami, T., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Kosumen Pada Warung Demung Di Sibangkaja. *Jurnal Emas*, 4.

- Putra, A. E., & Budiono, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Word Of Mouth, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Di Es Teh Indonesia Bintaro. *J-Ceki : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 137–149. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.1874>
- Rijali, N. F., & Rahmawati, E. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Owners Store Tanjung Tabalong. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1).
- Rizkiana, C., Sulistyorini, Nss, R. L. P., & Triani, D. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening. *Edunomika – Vol. 08, No. 04, 2024*, 08(04), 1–21.
- Ryananda, M. H., Bagus, I., Udayana, N., & Diansepti, B. (2022). Volume 14 Issue 2 (2022) Pages 461-469 Jurnal Manajemen Issn : 2085-6911 (Print) 2528-1518 (Online) Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Analysis Of The In. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 461–469.
- Setiawan, F. B., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2023). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Basabasi Yogyakarta. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 470. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.742>
- Sibagariang, H. K., Sitohang, A., Sinaga, D., & Tambunan, T. S. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Mona Fashion. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4, 234–246.
- Sihombing, R. E., Nugroho, S. D., & Toha, E. (2023). Citra Merek, Lokasi, Dan Persepsi Harga Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Cakrawala Repositori Imwi*, 6(4), 1215–1231. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i4.459>
- Store, P., Dan, A., Harga, P., Minat, T., Manado, K., Bataha, E. M., Mananeke, L., Ogi, I. W. J., & Ratulangi, U. S. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli. *Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 7(1), 127–138.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo (Ed.); Edisi Kedu). Alfabeta.
- Toko, P. S., Pelayanan, K., & Handoko, J. L. (2023). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Berunding Coffee Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(3).

Winarsih, R., Mandey, S. L., Wenas, R. S., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Sam, U., & Manado, R. (2022). R . Winarsih ., S . L . Mandey ., R . S . Wenas Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Makanan , Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado The Effect Of Price Perception , Foo. *Jurnal Emba*, 1(3), 388–399.

Yulistian, N. S., Nainggolan, B. M. H., & Indonesia, U. A. S. A. (2023). Meningkatkan Kepuasan Konsumen Dengan Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Di Restoran Geprek Benu : Peran Citra Merek Sebagai Mediator. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 831–843.

