

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Kotler P, Gary A. Prinsip Prinsip Pemasaran. 13th ed. Jakarta: Erlangga; 2016.
- [2] C.O A, Samari, Sardanto R. Analisis store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko kaki empat petcare 2022:295–302.
- [3] Maftukhan M, Christina Menek Srihandayani. Shopping Lifestyle dan Store Environment Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Baju Cosmic Di Surabaya. *Maj Ekon* 2017;XXII:292–304.
- [4] Pasaribu VT, Yamani AZ, Romadlon F. Pengaruh Kualitas Produk, Shopping Lifestyle, dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Eiger). *J-MAS (Jurnal Manaj Dan Sains)* 2022;7:1133. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.709>.
- [5] Utami. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. 2nd ed. Jakarta: Salemba Empat; 2010.
- [6] Wahyuningtias R, Wahyuati A. Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Store Atmosphere. 2017.
- [7] Assauri S. *Manajemen pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada; 2018.
- [8] Saputra R. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2020.
- [9] Widianingrum Nia. Pengaruh Shopping Lifestyle, Merchandising, Price Reduction, dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Behavior. Skripsi 2017:1–93.
- [10] Rahayu BS, Saputra OA. Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Throox Store Solo. *J Bisnis Dan Ekon* 2019;6:88–103.
- [11] Bahraen Y. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Sycho (Studi Kasus Marpoyan-Pekanbaru). Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2021.
- [12] Purwati AA, Yusrizal Y, Ramadhani IC. Pengaruh Life Style, Kualitas Produk dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian. *J Manag Bussines* 2019;1:22–36. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.652>.