

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Zulhijjah, M. M., & Muhammad, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Digital Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Utama Banjarmasin. *BIMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 99–106. <https://doi.org/https://doi.org/10.1234/bima.v1i2.1493>
- Amalia, N. M., DWP, S., & Santoso, J. T. B. (2020). Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan Bumdes. *Business and Accounting Education Journal*, 1(2), 170–180. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i2.42191>
- Anderson, S., & Sin, L. G. (2020). The Influence of Store Atmosphere on Purchasing Decisions and Customer Satisfaction: A Case Study at the Pacific Restaurant, Blitar. *Journal of The Community Development in Asia*, 3(3), 70–78. <https://doi.org/10.32535/jcda.v3i3.891>
- Antara, I. M. R., & Rastini, N. M. (2022). The Influence of Brand Image, Sales Promotion and Quality of Service on Customer Satisfaction Car Rental Service. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 223–226. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1273>
- Aryanto, V. D. ., & Wismantoro, Y. (2020). *Marketing Digital: Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan*. PT. Kanisius.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Chotimussoleh, R. A., & Wicaksana, T. I. (2021). Peran Digital Marketing Terhadap Omset Penjualan Bagi UMKM di Solo Raya Pada Masa Pandemi Covid-19 The Role of Digital Marketing on Sales Turnover for MSMEs in Solo Raya During the Covid-19 Pandemic. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6554–6560.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik, 9(1). <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Dewobroto, W. S., & Wijaya, K. (2022). Analysis Of The Effect Of Store Atmosphere And Social Factors On Emotional Responses Affecting Consumers' Purchase Decision. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5(1), 356–370.

- Elida, T., & Raharji, T. (2019). *Pemasaran Digital*. IPB Press.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2).
- Hamdani, N. A., Muladi, R., & Maulani, G. A. F. (2022). Digital Marketing Impact on Consumer Decision-Making Process. *Proceedings of the 6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)*, 657(Gcbme 2021), 153–158. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220701.031>
- Hardani, H., Andriani, H., Ustiwaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Harjadi, D., Arraniri, I., & Fatmasari, D. (2021). The Role of Atmosphere Store and Hedonic Shopping Motivation in Impulsive Buying Behavior. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, SINTA 6*, 14(2), 46–52.
- Harlina, L., Srikandi, P., & Kusumawati, K. A. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 15(2)*.
- Hendarti, Y., & Elfani, P. N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Hello Barbershop di Karanganyar). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1). <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.3537>
- Hernawan, I., & Yuningsih, L. D. (2023). Pengaruh Iklan, Ekuitas Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Citra Raya World of Wonders Cikupa Tangerang. *Jurnal Gici Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 14(2). <https://doi.org/10.58890/jkb.v14i2.63>
- Jahan, N., & Shahria, G. (2022). Factors effecting customer satisfaction of mobile banking in Bangladesh: a study on young users' perspective. *South Asian Journal of Marketing*, 3(1), 60–76. <https://doi.org/10.1108/SAJM-02-2021-0018>
- Mulyapradana, A., Evert, D. P., Tjiptadi, D. D., Ratnasari, E. D., Said, L. R., Mandey, N. . H. J., Adwiyah, R., Tumiwa, R. A. F., Andik, S. D. ., Anita, T. ., & Eni, Y. (2021). *Fundamentals Diigital Marketing: Concepts and Strategies for Online Success (GCAINDO (ed.); Pertama)*. GCAINDO Inspiring and Empowering.

- Nurdelila. (2021). Pengaruh Sistem Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Koperasi Agro Rimba Nusantara (Agrina) Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Apanuli Selatan. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(2), 402–412. <https://doi.org/10.31604/jips.v8i2.2021.402-412>
- Nurhajjah, S., Dewi, I. R., & Aisy, R. (2022). The Influence of Service Quality and Store Atmosphere on Customer Satisfaction at Vocational High School Business Center in Cirebon. *Manajemen Bisnis, SINTA 6*, 12(01), 52–61. <https://doi.org/10.22219/mb.v12i01.15481>
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk muslim army. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10, 1–12.
- Pujianto, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Rental Angga Rent Car. *Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 17(1), 1–11.
- Purnomo, D., Rakhmadani, D. P., Lubis, M. R. H., Arum, M. P., & Purbaya, M. E. (2022). Optimisasi Kata Kunci SEO Untuk Peningkatan Pemasaran Digital. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 8–15. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i1.15233>
- Rafika, N. A., & Yulhendri. (2020). The Effect of Store Atmosphere , Product Quality , Customer Satisfaction and Electronic Word of Mouth on Customer Loyalty in Gubuk Coffee Padang. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 124(2019), 788–802.
- Rahmawati. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing ???* Mulawarman University Press.
- Rani, P., Permana, A., & Karunia, E. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Bauran Pemasaran Pada Supermarket K-Store Krakatau Junction. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(02), 208–216. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v13i2.45>
- Reken, F., Modding, B., & Dewi, R. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar. *TATA KELOLA* , 7(2).
- 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). <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13123>
- Santosa, S. (2018). *Tutorial & Solusi Data Regresi*. PT. Elex Media Komputindo.

- Sigar, E. T., Massie, J. D. D., & Pandowo, M. H. C. (2021). The Influence of Consumer Behavior and Digital Marketing On Purchase Decision at Grabfood In Manado. *Jurnal EMBA*, 9(4), 53–64.
- Suhartini, T., & Saryomo, S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jaminan Kesehatan Nasional Di Klinik Kota Tasikmalaya. *Jurnal Keperawatan Muhammadiyah Bengkulu*, 7(1). <https://doi.org/10.36085/jkmu.v7i1.311>
- Suparmun, H., & Susilo, W. H. (2020). *Metode Penelitian Bisnis (Aplikasi Pendekatan Manajemen Berbasis-Pasar)*. In Media.
- Syahrani, O. P., Piyani, O., Fakultas, S., & Manajemen, E. J. (2018). The Influence Of Product Attributes Against Sony Brand Purchase Decision (Study In The Town Of Tarakan). *Jurnal Borneo Humaniora*.
- Syahsudarmi, S. (2022). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction : A Case Study. *Internasional Journal of Indonesia Business Review*, 1(1), 29–37.
- Takwim, R. I., Asmala, T., & Johan, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan store atmosphere terhadap customer loyalty. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5617–5622.
- Wardhani, S. E., & Iriani, I. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Cuci dengan Metode Servqual, Zone Of Tolerance, Dan Importance Performance Analysis” di Vicha Laundry, Surabaya. *Tekmapro : Journal of Industrial Engineering and Management*, 14(2), 13–21. <https://doi.org/10.33005/tekmapro.v14i2.89>
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.