

DAFTAR PUSTAKA

- Afiah, L. N. (2022). *PENGARUH IKLAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA E-COMMERCE SHOPEE DI MASA PANDEMI* [UPN Veteran Jawa Timur]. <https://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/7416>
- APRILIA, N. N. (2023). *PENGARUH PRICE DISCOUNT, IN-STORE DISPLAY DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN INDOMARET* [UPN Veteran Jawa Timur]. <https://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/13659>
- Ardhiansyah, A. N., & Marlana, N. (2021). Pengaruh social media marketing dan e-wom terhadap minat beli produk geoffmax. *Jurnal Akuntabel*, 18(3), 2021–2379. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Ekonomi Indonesia Triwulan III-2025 Tumbuh 5,04 Persen (Y-on-Y)*. Ekonomi Indonesia Triwulan III-2025 Tumbuh 5,04 Persen (Y-on-Y)
- Damaledo, C. C. L., Fanggidae, A. H. J., Salean, D. Y., & Bunga, M. (2021). *KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI MEREK KAPAL API DI KOTA KUPANG*. 845–855.
- Eduar, R. (2021). *PENGARUH SUASANA TOKO (STORE ATMOSPHERE) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO “AMEL” BUNGAMAS KIKIM TIMUR*. 14, 21–30.
- Elliyana, E., Agustina, T. S., & Imanuddin, B. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Ahlimedia Press.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (X)*.
- GoodStats. (2022). *Daftar Negara dengan Indeks Pasar Ritel Terbesar, Indonesia Peringkat Berapa?* <https://goodstats.id/article/daftar-negara-dengan-indeks-pasar-ritel-terbesar-di-dunia-indonesia-peringkat-berapa-dJ8v7>
- Gulzar. (2023). Enhancing the In-Store Shopping Experience: A Comprehensive Study of Contributing Factors. *International Journal of Management*. <https://doi.org/https://doi.org/10.53983/ijmds.v12n11.005>
- Hutabarat, Y. K., Hutapea, D. F., Patricia, D., & Panjaitan, M. C. B. (2024). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Buku di Gramedia Gajah Mada Medan. *JISPOL : Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 4, 198–208.
- Jumawar, E. & N. E. (2021). Pengaruh Customer Experience dan Customer Value terhadap Customer Loyalty Indihome (Pada Pelanggan Indihome Area Gegerkalong). *Journal Competency of Business*, 5(2), 102.
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer Experience Dan Service

- Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 191. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11196>
- Kirana, K. (2025). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND ATTITUDE TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK UNIQLO PADA TIKTOK SHOP (Studi Pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur Sebagai Konsumen Uniqlo Melalui fitur TikTok Shop)*. <https://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/39254>
- Lim, J., & Kesumahati, P. (2022). The Effect of Influencer Marketing and Consumer Engagement on Purchase Intention of Local Skincare Brands. *Enrichment: Journal of Management*, 13(5), 987–995. Enrichment Journal site
- Magdalena, M. (2024). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Mudik Kota Gunungsitoli*. 976–986.
- Meliana, D., Riswati, J., & Astuti, D. (2025). Analisis Perkembangan Bisnis Ritel Di Indonesia. *Journal of Business Economics and Management*, 01(03), 235–243. <https://jurnal.globalscients.com/index.php/jbem/article/view/181>
- Nel Arianty, SE., M. M. (2022). *Monograf Store Atmosphere pada Usaha Kuliner untuk Meningkatkan Minat Beli Masyarakat di Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang*. UMSU Press.
- Nina Halimatu Salamah, Diana Triwardhani, H. N. (2021). Pengaruh social media marketing terhadap brand awareness pada e-commerce hijup. *KORELASI (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 2, 249–269. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1189>
- Ningsih, E. R. (2021). *PERILAKU KONSUMEN: Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran*.
- Nur Faizi, Ika Febrilia, R. (2022). Analisis Pengaruh Customer Experience dan E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction pada Pengguna Transportasi Online di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3 No. 2, 393–397. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/jbmk.0302.05>
- Pamungkas, A., & Pramesti, D. A. (2021). Pengaruh Atmosfir Store, Brand Identity, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Mediasi Minat Beli (Studi Empiris Pada Kedai Kopi Janji Jiwa). *Borobudur Management Review*, 1(1), 12–31. <https://doi.org/10.31603/bmar.v1i1.5009>
- Prakoso, Z. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE, ONLINE CONSUMER REVIEW, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Samsung di Kota Surabaya)* [UPN Veteran Jawa Timur]. <https://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/14999>
- Rohayu, S., & Afrillisna, N. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen* (1st ed.).

- Sabina, S., Rizka, A., Farida, S. N., Pembangunan, U., Veteran, N., & Timur, J. (2024). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*. 6, 4868–4880. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2108>
- Sahir, S. H. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN (I)*. KBM INDONESIA.
- Satria Tirtayasa, P. ., Hazmanan Khair, P. ., & Yuni Satria, S. . (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MEMODERASI MINAT BELI MOBIL LISTRIK (Pertama)*. UMSU Press.
- Suandi, A., & Tannady, H. (2025). *Meningkatkan Purchase Intention Layanan Industri Wisata di Kalangan Generasi Z: Eksplorasi Peran Social Media Marketing , Discount , dan Customer Experience*. 5(3), 12145–12160.
- Sudibyo, T. K., Fortune, C., & Dewi, I. C. (2025). Pengaruh Store Atmosphere, Service Quality Dan Social Media Marketing Terhadap Customer Satisfaction Di Spread Cafe By Tootoomoo Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(2), 937–959. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i2.5713>
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF* (2nd ed.). ALFABETA.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN* (1st ed.). UIR PRESS.
- Suriansha, R. (2023). *Pengaruh Customer Experience di Era Digitalisasi Terhadap Retensi Pelanggan pada Industri Retail*. 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.52644/joeb.v12i4.269>
- VIANGGRAINI, R. (2025). *PENGARUH VISUAL MERCHANDISING, STORE ATMOSPHERE, DAN ONE STOP SHOPPING TERHADAP IMPULSE BUYING (STUDI PADA KONSUMEN OH! SOME (KKV) GALAXY MALL SURABAYA)*. <https://repository.upnjatim.ac.id/34282/>
- Violeta, L. G. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Customer Experience Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening Terhadap Customer Loyalty (Studi pada McDonald's Rungkut di Surabaya)*. <https://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/12257>
- Winada, R., Salsabila, A., Mitrawan, A., Paramitasari, N., & Darmajaya, B. (2025). *Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dikedai Miisoni Bandar Lampung*. 647–657.
- Wongkar, K., Lumanauw, B., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 431–441. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49014>.