

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, Sofia Nura, dan Narazuddin Aziz. 2019. Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Minat Beli pada Konsumen Restoran KFC Cabang Khatib Sulaiman Padang. *Jurnal Bisnis Marketing*.
- Afifa, Muhammad Fiyan. 2019. Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 8, No 3.
- Aisah, Iin Nur. 2018. Pengaruh *Store Atmosphere*, *Product Knowledge*, dan *Brand Image* terhadap *Purchase Decision* Melalui *Word Of Mouth* (Studi Pada Konsumen ITS Milk Kota Semarang. *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Alivia, Rifqi Verdeski, dan Tri Indra Wijaksana. 2019. Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Konsumen Warunk Upnormal Buahbatu (Studi Kasus pda Minat Beli Konsumen Warunk Upnormal Buahbatu). *Jurnal e-Proceeding Of Management*. Vol. 6, No 1.
- Anggraini, Ayu Nazihah. 2020. Pengaruh Kecepatan Layanan dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Kafe *Intermezzo* Medan). *Skripsi*. Medan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
- Arif, Muhammad Fachri. 2019. Pengaruh *Green Brand* terhadap Keputusan pembelian yang Dimediasi Minat Beli (Studi Kasus pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Ades). *Skripsi*. Malang : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
- Arifianto, Eko. 2018. Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi, Keberagaman Produk dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Ahmad Yani Padang. *Skripsi*. Padang : Pendidikan Ekonomi Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) PGRI Sumbar.
- Desmawati Hasibuan, Elvina, A. H. S. S. Z. R. . (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Mbak Siti. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 3(1), 22-33.
- Gana, Cundhmani Caraka. 2017. Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Rumah Makan Ingg Di Kota Malang). *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 7, No 1.
- Ghifari, Muhammad Al. 2020. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Samsung di Kota

- Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.
- Jamdes, Nur Maulida. 2018. Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga, Pelayanan dan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di *Clave Café* Kota Jambi. *Skripsi*. Jambi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Muharam Wifky dan Soliha Euis. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Skripsi*. Semarang : Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
- Navita Sari, Rini Ratna. 2018. Pengaruh Cita Rasa, Harga, dan tempat Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekuivalensi*. Vol. 4. No. 2
- Periyadi, Junaidi, dan Noorlaily Maulida. 2020. Pengaruh Strategi Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Minat Beli Kain Sasiringan Bordir. *Jurnal Ilmiah Manajmen*. Vol. 4, No 2.
- Puspita, Aisyah Dewi. 2016. Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Promotion* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No 1.
- Rejeki, Sopian, dan Sulhan Hadi. 2019. Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Di Kedai Giyong Kekalik Mataram). *Journal Of Applied Business and Banking*. Vol. 1, No 1.
- Risanti, Anis. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan *store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6, No 4.
- Sahputa, Registian Pratama Anggara. 2017. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Promotion* yang Dimediasi Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6, No 3.
- Sandri. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Produk, Harga, dan Lokasi Di Toko Sakola Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.
- Sari, Fanny Puspita. 2016. Pengaruh harga, Citra Merek dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No 6.

Solihin, Dede. 2020. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan promosi terhadap Keputusan pembelian Konsumen Pada *Online Shop* Mikaylaku dengan Minat Beli sebagai *Variabel Intervening*. *Jurnal Mandiri*. Vol. 4, No 1.

Winmarsyah, Achmad Gozali. 2017. Pengaruh Harga, Lokasi dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Garlick Store Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 6, No 8.

Wedarini Sinta, Ni Made. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Telxom Flexi. *Skripsi*. Bali : Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.

Suumber data sekunder : https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2021