

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, J., Primadewi, K., Habibah, U., Peny, T. L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., & Dharta, F. Y. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Metpen*. <https://penerbitzaini.com/>
- Amruddin, D. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Proceedings of the National Academy of Sciences* (Vol. 3, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056> <https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827> <https://doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005>
- Andrian, et al. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). https://medium.com/@arifwicak_sanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf
- Anggraini, N., Yolandika, C., Utoyo, B., & Irawati, L. (2022). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Lada Di Provinsi Lampung. *Jurnal Agrisep*, 23(1), 43–51. <https://doi.org/10.17969/agrisep.v23i1.26152>
- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189–202. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.558>
- Arfifahani, D. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Concordia Executive Lounge Terminal A Bandara International Adisutjipto Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(3), 42–47.

- Arianty, N. (2022). Monograf Store Atmosphere Pada Usaha Kuliner Untuk Meningkatkan Minat Beli Masyarakat. In *Umsu Prees*.
- Arkam, M. M. (2020). Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan. *Performa*, 5(1), 17–25. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1293>
- Asiyah**), R. A. R. S., & Primanto*, A. B. (n.d.). *Pengaruh Customer Experience, Brand Ambassador Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Chill Coffee Gubuklakah)*. 13(01), 2091–2100.
- Ayu, M., Mustika, C., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Produk. *Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2, 35–46.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 143–148.
- BADAWI, S. R. (2016). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DALAM PERSPEKTIF ISLAM TERHADAP KEPUASAN PASIEN MELALUI KUALITAS PELAYANAN PADA RUMAH SAKIT IBNU SINA* (Vol. 334, Issue 1951).
- Cipta, H. (2018). *JUAL BELI YANG DIRIDHOI DALAM PERSPEKTIF SURAT AN-NISA' (4) AYAT 29*. 3(32), 1–44.
- Daffaputra, I., Fauziyah, A., & Yusup, I. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Online Customer Review dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nouve Indonesia Pada Ecommerce Shopee. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 215–135.
- Dewi1, I. T., & Muhammad Irwansyah Hasibuan. (2016). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN (CUSTOMER EXPERIENCE) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN KULINER JAWA RANTAUPRAPAT. [*JURNAL ECOBISMA*, 469(3), 319–323. <https://doi.org/10.7868/s0869565216210155>

- Edwin, M. F. S. dan. (2019). ANALISA PENGARUH FOOD QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI KECIK TOKO ROTI GANEP'S DI KOTA SOLO. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN Vol. 1, No. 1, (2012) 1-6 1, 47(1)*, 334–341. <https://doi.org/10.1103/PhysRevB.47.334>
- Fadhilah, R. E., & Nainggolan, B. M. (2024). Peran Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Inovasi, 11(1)*, 150–163. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v11i1.p150-163.40256>
- Fakhrudin, A., Maria, V. R., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 7–16.
- Farid, I. A. (2020). Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention Konsumen pada D'Besto Cabang Marpoyan Damai Pekanbaru. *Skripsi*, 1–88.
- Farikha, F., Rachman, E., & Antu, Y. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Di Foodpedia Gorontalo. *Jurnal Administrasi Bisnis, 13(1)*, 27–32. <https://doi.org/10.35797/jab.13.1.27-32>
- Fauzi, M., Astutik, W. S., & ... (2023). Strategi Penetapan Harga Sewa Gedung Guna Meningkatkan Omzet Sewa Gedung. *JUMBA (Jurnal Manajemen ...)*, 02(02), 251–264. <http://jurnal.updkediri.ac.id/index.php/jumba/article/download/72/81>
- Grace Amalia Tondang, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, & Budi Dharma. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 6(1)*, 15–26. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12913](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12913)
- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga Di Desa Lebaksari Kec.Parakansalak. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah, 2(3)*, 682–686. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.618>

- Haryaji Catur Putera Hasman¹, Cindy Natalina², A. 3. (2021). *PENGARUH ADVERTISING DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA* (Vol. 9, Issue 1, pp. 1–13).
- hayatul rodhia. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA KERIPIK SINGKONG “EMAK CW” KOTA PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH SKRIPSI* (Issue Table 10).
- Ikhsan Nurahman. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Transportasi Online Grab(Survei pada Pelanggan Grab di Kabupaten Sleman). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 8(2), 1–5.
- Imam Maliky. (2023). Perpektif Hukum Ekonomi Syari’ah tentang Penetapan Harga dalam Distribusi Produk Air Minum Kemasan (Amdk) A3 Fresh O2. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 7(1), 38–52. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v7i1.481>
- Imansari, N., & Kholifah, U. (2023). *Buku ajar metodologi penelitian untuk pendidikan kejuruan* (Issue 85).
- KARIMAH, N. (2021). *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN CUSTOMER VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN POTACORNER PASURUAN)*.
- Khaira, N., Farhan Saputra, & Faroman Syarief. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24–30. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.350>
- Khuswatun, A., & Yuliati. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Minuman Kekinian Zoomboba Tlogomulyo). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 341–349.

- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. <http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/78/3/.pdf>
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.
- Laud Pulungan¹, Amroeni², W. W. U. (2025). *ANALISIS HERMENEUTIK “AN TARADIN MINKUM” PADA QS. AN-NISA’ AYAT 29 DALAM TAFSIR AL-MISBAH DAN TAFSIR AL-MUNIR SERTA SIGNIFIKANSINYA TERHADAP PERDAGANGAN DIGITAL* *Hermeneutical*. 17(1).
- Lestari, T., & Suharyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Lain Hati di Grand Galaxy City Bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 9(2), 10–24.
- Maesarah Ayu Diantari. (2023). STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO PAKAIAN CURGA BUSANA MUSLIM GUNUNGSARI LOMBOK BARAT. *Aleph*, 87(1,2), 149–200. [https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C LUCINEIA CARLA .pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proces](https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C%20LUCINEIA%20CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proces)
- Mastuti, I. G. A. M., Haris, I. A., & Sujana, I. N. (2019). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Merek Honda pada Dealer PT. Mertha Buana Motor di Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 448–453.
- Masui, V. (2017). RANCANGAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK LOVE CAFE|JUICE BAR|TEST KITCHEN. *Journal of Management and Business Review*, 10(2). <https://doi.org/10.34149/jmbr.v10i2.65>

- Miftahul Janah, Intisari Haryanti, & Sri Ernawati. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Foodbox Kota Bima. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(3), 216–237. <https://doi.org/10.55606/jimas.v2i3.496>
- Minarta, S. M., Artanti, Y., & Iriani, S. S. (2024). Analysis of the influence of brand image, emotional value, and price perception on purchasing decisions for wedding offerings. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4), 291–305.
- Muhammad Anang Firmansyah. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Cv Budi Utama*, 5 No.(september), 5–299. https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN
- Nurhayati, I., & Nainggolan, B. M. (2023). Pengaruh Suasana dan Persepsi Harga dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian di Pomelo Cafe & Resto Kuningan. *Eduturisma*, 7(2), 3.
- Octavia Yuli Kusumawati, K. A. H. (2023). Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 335–349. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5271>
- Olohota Laia,¹ Paskalis Dakhi, S.E., M.M., M.AP,² dan Erasma F. Zalogo S.E., M. (2021). *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. As Laia Di Kecamatan Amandraya*. 6(1), 10–22.
- Prasnanda, septriana F. (2019). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Pengunjung Di Warung Kopi Condro Coffe 88 Sidoarjo. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 15(2), 9–25.
- Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Gen Y pada Old Bens Cafe. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), 133. <https://doi.org/10.28932/jmm.v16i2.384>

- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., & Darwin. (2023). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue November).
- Putra, W., Bisma, G., Anwar, M. K., & Badrul, M. B. (2024). *Pengaruh Customer Experience Dan Customer Value Terhadap Minat Masyarakat Sekitar Pantai Mutiara Trenggalek* كَامَبَرَحَبَلَاوَرَبَلَايَفَدَاسَفَلَا رَه ظِي أَتَه لَع ل 7, 359–373.
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Konsumen Teori*.
- rahayu, sri. (2021). *Airr Perilaku Konsumen ffi ffi w w*. 153.
- Rajul, A., Marzuki, S. N., & Jumriani, J. (2025). Pengaruh Harga Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparasi pada Toko Semeru Ahmad Yani dan Sukawati, Kab. Bone). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 5(1), 50–63. <https://doi.org/10.47709/jebma.v5i1.5640>
- Restu, D. T. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga, E-Service Quality, dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Pesan Antar Aplikasi Shopee Food (Studi Pengguna Aplikasi Shopee Food di Kecamatan Binawidya)*. 99. <https://repository.uin-suska.ac.id/79822/>
- Rinanda, N. (2020). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP IMPULSE BUYING DI TOKO KLINIK SELERA BANGKINANG DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM* (Vol. 2).
- Rizka Zulfikar, D. (2020). Teori, Metode dan Praktik Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Sahril, A. A., Wulandjani, H., & Kurniawati, D. (2022). Pengaruh Endorsement (Via Vallen) Dan Brand Image Terhadap Keputusan

- Pembelian Konsumen Pada Produk Tolak Angin Cair Di Aplikasi Media Sosial Instagram. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(2), 70–80. <https://doi.org/10.35814/jimp.v2i2.2930>
- Sakinah, S., & Aslami, N. (2021). Peranan Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 101–112. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>
- Saputri, A. Z., & Paludi Salman. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Kedai Kopi Difabis Sudirman Jakarta. *Bussiness and Management Issues*, 2, 209–220. <https://doi.org/10.47134/jebmi.v2i3.393209><https://economics.pubmedia.id/index.php/jebmi>
- Saputro, A., & Khasanah, I. (2016). Studi pada Floo Cafe Ungaran. *Diponegoro Journal of Management*, 5(4), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sari, M., & Kapuy, H. R. (2021). Pengaruh Interior Display Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Butterfly. *Jurnal EKOMEN*, 21(1), 2021.
- Setiobudi, A., Sudyasjayanti, C., & Danarkusuma, A. A. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesiediaan Untuk Membayar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(3), 238–252. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i3.12442>
- Sihabudin, Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J. W., Arofah, I., Ningsi, B. A., Saputra, E., Purwasih, R., & Syaharuddin. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*.
- Siti, M. H. (2022). *Penerapan Metode Rekayasa Menu (Menu Engineering) Untuk Menentukan Klasifikasi Menu Item Pada Sejalan Coffehouse Kabupaten solok*. <http://eprints.umsb.ac.id/648/%0Ahttp://eprints.umsb.ac.id/648/1/%28181000293302014%29%29%20Siti%20Mirza%20Hanafiah%20281%29.pdf>

- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Soraya, N. (2018). Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Kompetensi Dosen Dalam Mengajar Pada Program Studi Pai Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Uin Raden Fatah Palembang. *Tadrib: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 4(1), 183–204. <https://doi.org/10.19109/tadrib.v4i1.1957>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sukmo Aji, N. R., & Nobelson, N. (2024). Pengaruh Konten Sosmed, Customer Experience Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Suasana Kopi. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 38–50. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3333>
- Syafrida Hafni Sahir. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Syukriyah, N. F., & Hanny, R. (2023). Peningkatan Kualitas Pelayanan Dan Faktor Harga Atas Keputusan Pembelian Produk Pada Toko Kue & Bolu ‘Slada.’ *Excellent*, 10(2), 220–230. <https://doi.org/10.36587/exc.v10i2.1580>
- Taufik, E. . (2015). konsep inti manajemen pemasaran. In *Proceedings of the National Academy of Sciences* (Vol. 3, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827%0Ainternal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.10>
- Wardhana, A. (2024). Manajemen Pengalaman Nilai Pelanggan. In *Customer Relationship Mangement in The Digital Edge-Edisi Indonesia* (Vol. 1, Issue December). https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Bwo2ep8AAAAJ&cstart=300&pagesize=100&citation_for_view=Bwo2ep8AAAAJ:5p9vMBpPSXYC

- Yodi Salo Tangkuan, Althon K. Pongtuluran, & Chrismesi Pagiu. (2023). Pengaruh Cafe Atmosphere, Customer Experience, Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cafe Wai Teman Minum Kamu Kabupaten Toraja Utara. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 317–328. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i1.549>
- Yoga Adiyanto. (2018). PENGARUH STORE ATMOSPHERE (SUASANA TOKO) DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO BANGUNAN SUMBER INTAN DI – KECAMATAN PULO AMPEL – SERANG BANTEN. *In Search*, 17(02), 35–39. https://repository.unibi.ac.id/298/1/MENGGALI_INFORMASI_EDUKATIF_DI_MEDIA_SOSIAL.pdf
- Zainuddin Iba, A. W. (2023). Populasi dan Sampel. In *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Vol. 14, Issue 1).
- Zulhijah, F. (2021). Strategi Pengembangan Objek Wisata Bahari Pantai Iboih Kecamatan Sukakarya Kota Sabang. *Skripsi*, 1–76.
- Zusrony, E. (2019). Perilaku Konsumen. In *Umk*.

Buku

- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, J., Primadewi, K., Habibah, U., Peny, T. L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., & Dharta, F. Y. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Metpen*. <https://penerbitzaini.com/>
- Amruddin, D. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Proceedings of the National Academy of Sciences* (Vol. 3, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056> <https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/22014852827%0Ainternal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.10>
- Andrian, et al. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

- Arianty, N. (2022). Monograf Store Atmosphere Pada Usaha Kuliner Untuk Meningkatkan Minat Beli Masyarakat. In *Umsu Prees*.
- Fakhrudin, A., Maria, V. R., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 7–16.
- Imansari, N., & Kholifah, U. (2023). *Buku ajar metodologi penelitian untuk pendidikan kejuruan* (Issue 85).
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. <http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/78/3/.pdf>
- Muhammad Anang Firmansyah. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Cv Budi Utama, 5 No.*(september), 5–299. https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN
- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., & Darwin. (2023). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue November).
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Konsumen Teori*.
- Rahayu, sri. (2021). *Airr Perilaku Konsumen ffi ffi w w*. 153.
- Rizka Zulfikar, D. (2020). Teori, Metode dan Praktik Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Sihabudin, Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J. W., Arofah, I., Ningsi, B. A., Saputra, E., Purwasih, R., & Syaharuddin. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*.
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Taufik, E. . (2015). konsep inti manajemen pemasaran. In *Proceedings of the National Academy of Sciences* (Vol. 3, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827%0Ainternal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.st.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.10>
- Zainuddin Iba, A. W. (2023). Populasi dan Sampel. In *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Vol. 14, Issue 1).
- Zusrony, E. (2019). Perilaku Konsumen. In *Umk*.

SKRIPSI

- Farid, I. A. (2020). Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention Konsumen pada D'Besto Cabang Marpoyan Damai Pekanbaru. *Skripsi*, 1–88.
- Hayatul Rodhia. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA KERIPIK SINGKONG “EMAK CW” KOTA PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH SKRIPSI* (Issue Table 10).
- Karimah, N. (2021). *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN CUSTOMER VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN POTACORNER PASURUAN)*
- Maesarah Ayu Diantari. (2023). STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO PAKAIAN CURGA BUSANA MUSLIM GUNUNGSARI LOMBOK BARAT. *Aleph*, 87(1,2), 149–200. [https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C LUCINEIA CARLA. pdf? Sequence =1&isAllowed =y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proees](https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C%20LUCINEIA%20CARLA.pdf?Sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proees)

- Ninda De Vega. (2022). *pengaruh strategi lokasi, store atmosphere dalam islam dan hubungan pemasaran terhadap kepuasan konsumen di mini market hufadz*. 1–23.
- Restu, D. T. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga, E-Service Quality, dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Pesan Antar Aplikasi Shopee Food (Studi Pengguna Aplikasi Shopee Food di Kecamatan Binawidya)*. 99. <https://repository.uin-suska.ac.id/79822/>
- Siti, M. H. (2022). *Penerapan Metode Rekayasa Menu (Menu Engineering) Untuk Menentukan Klasifikasi Menu Item Pada Sejalan Coffehouse Kabupaten solok*. <http://eprints.umsb.ac.id/648/1/%28181000293302014%29%20Siti%20Mirza%20Hanafiah%20281%29.pdf>
- Zulhijah, F. (2021). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Bahari Pantai Iboih Kecamatan Sukakarya Kota Sabang. Skripsi*, 1–76.