

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, H. B. (2020). *Masuk 5 Besar, Ritel Indonesia Diprediksi Stabil*. Kompas.Com.
<https://properti.kompas.com/read/2020/02/13/205237021/masuk-5-besar-ritel-indonesia-diprediksi-stabil?page=all>
- Aprilia, Lusita Ervina. (2021). *Pengaruh Motivasi Hedonic dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Christine Novita Nababan. (2019). *Belanja Pakaian Dongkrak Penjualan Ritel*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190409171313-92-384649/belanja-pakaian-dongkrak-penjualan-ritel-hingga-91-persen>
- Ekonomika, F., Bisnis, D. A. N., & Diponegoro, U. (2015). *Analisis Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Melalui Emotional Response*.
- Fernández, O., Kang, S., Laily Noor Ikhsanto, jurusan teknik mesin, & Aceh, kue tradisional khas. (2020). *PENGARUH CELEBGRAM ENDOSER DAN BRAND CREDIBILITY TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA ONLINE SHOP DHYHIJAB JOMBANG*. 2017(1), 1–9.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS (Ketujuh)*. Universitas Diponegoro.
- Kartika, D. M., & Syahputra. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 162–171.
- Kotler, P., & Keller, Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran* (J. Purba (ed.); kedua belah). PT MACANAN JAYA CERMILANG.
- Lorenza, N. (2019). Fakultas pertanian universitas muhammadiyah sumatera utara medan 2019. In *Scholar*.
- Man, D. B. Y. (2013). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Syar'i. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Mandey, S. L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Lifestyle (AIO)*, 6(CONSUMER BUYING DECISION).
- Sugiyono. (2010). *metode peneliian bisnis*. alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *metode penelitian bisnis*. alfabeta.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen* (Edisi kedua). Li-berty.
- Ulfah, U. (2018). *PENGARUH GAYA HIDUP (LIFE STYLE) DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (Studi Kasus Konsumen Rubylicious Cabang Purwokerto) PROGRAM STUDI EKONOMI*

SYARI ' AH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PURWOKERTO.

Usti, Y. M., & Fitriani, L. K. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toserba Terbit Kuningan (Survey Pada Konsumen Toserba Terbit Kuningan). *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1). <https://doi.org/10.25134/ijsm.v1i1.842>

Wijaya, D. (2017). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Android. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 2579–329.

wilda purba yohana. (2020). *No Title*. Kompasiana. <https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/wildapurbayohana2276/5fe0c8408ede4818705d5872/fashion-indonesia-salah-satu-industri-kreatif-yang-dipercaya-akan-go-internasional-dan-memiliki-manfaat-besar-bagi-masyarakat-dibidang-eknomi>