

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, & Asmara. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1).
- Amer, S. M., & Rakha, S. A. (2022). How *servicescape* unleash customer engagement behaviors through place attachment: An investigation in a non-Western context. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2055443>
- Andrian, C. I. W. P., Jumawan, & Nursal, F. (2022). *Perilaku Konsumen* (R. Iye & E. D. Widayawaty, Eds.). Penerbit Rena Cipta Mandiri.
- Annisa, A., & Hasoloan, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan Indomaret. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 51–60. <https://doi.org/10.46576/jbc.v6i1.1487>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. Sumatra Utara: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Arianto. (2021). *Komunikasi pemasaran: Konsep dan aplikasi di era digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Az Zahra, N. R., Putri, F. A., Erlely, M. M., Fitri, K. N., & Putri, S. A. (2024). Analisis pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan di Prima Freshmart Sekolah Vokasi IPB University. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(2), 161–170. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i2.898>
- Chodzaza, G. E., & Gombachika, H. S. H. (2013). Service quality, customer satisfaction and loyalty among industrial customers of a public electricity utility in Malawi. *International Journal of Energy Sector Management*, 7(2), 269–282. <https://doi.org/10.1108/IJESM-02-2013-0003>
- Choiriyah, S. (2021). *Penerapan strategi pemasaran di CV. Zam-zam*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Darma, P. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS*. Bogor: GUEPEDIA.

- Djaali. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Duli, N. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Ferine, K. F., & Yuda. (2022). Determination of fashion product purchase decisions on online shop sites. *Media Strait*.
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of service quality on customer loyalty and customer satisfaction in Islamic banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Firdaus, & Zamzam, F. (2018). *Aplikasi metodologi penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2008). *Service management*.
- Githiri, M. N. (2017). Influence of physical environment on customer satisfaction and return intention in Kenyan rated restaurants. *Asian Journal of Social Science Studies*, 2(1), 11–19.
- Hasibuan, R., & Purba, R. C. (2022). *Transfer pricing pengaruhnya pada perusahaan jasa*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Ibnu Rois, H. (2019). Pengaruh promosi melalui social media Line, word of mouth dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian produk Starbucks cabang Cik Ditiro, Jakarta [Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta].
- Inayati, L. S., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan periklanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(2461–0593), 5–6. <https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/view/3064>
- Iswandi, M., & Ester, S. (2020). Pengaruh kepercayaan merek, kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian pelanggan di Supermarket Gelael MT Haryono, 12(1), 16–25.
- Jamaludin *et al.* (2022). *Metodologi penelitian ekonomi Islam*. Jakarta: Publica Indonesia Utama.
- Jansen, F. Y., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). Pengaruh ekuitas merek, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen smartphone Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat 2019–2020. *Jurnal EMBA*, 10(1), 279–288.
- Jaya, I. M. (2020). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. Prentice-Hall International.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13, Jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). Factors for purchasing decisions for halal labeled cosmetics. NEM Publisher.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2011). *Pemasaran jasa: Manusia, teknologi, dan strategi (Perspektif Indonesia)* (Jilid Kedua, Edisi Ketujuh). Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., Wirtz, J. (2011). *Service marketing people, technology, strategy* (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Hall.
- Lugosi, P., O'Brien, C., Olya, H., Pink, R. C., & Lavender, V. (2022). Evaluating impacts of the physical *servicescape* on satisfaction in cancer care waiting experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 103386.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa (Teori dan Praktik)* (Edisi Pertama). Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2016). *Sistem akuntansi* (Edisi 4). Jakarta: Salemba Empat.
- Putri, R. W., Suharyono, & Fanani, D. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 1–10.
- Ramlah, S., Fatkhurrokhman, T., Barokah, S., Pratama, W. C. T., & Anggoro, W. B. (2023). Pengaruh e-*servicescape* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepercayaan dan perceived value sebagai variabel mediasi (Studi pada pengguna Shopee di Jawa Tengah) (Vol. 2).
- Restia Nur Rizky. (2017). Hubungan antara diskon dan *servicescape* (lingkungan fisik) dengan keputusan pembelian Indomaret Cikaret pada warga RW 012 Perumahan Puri Nirwana 2 Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Cibinong di Kabupaten Bogor [Skripsi, Universitas Negeri Jakarta].
- Riyanto, M. M. P. (2022). *Dampak pemasaran sosial media dan citra merek terhadap niat beli*. Malang: Pustaka Peradaban.
- Rizqa, D., Dan, A., & Sisilia, K. (2020). Analisis faktor desain *servicescape* pada UKM Diff's Reflexology. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 162–174.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kuantitatif: Quantitative research approach*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sangadji, E. M. (n.d.). *Perilaku konsumen*. Google Books. <https://books.google.co.id>

- Sarwono, J. (2017). *Teori dan praktik riset pemasaran dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sartien Kabanga, M., & Sanam, Y. (2022). Pengaruh kualitas makanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi pada Restoran Suka Ramai Kupang). *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, 14, 273–280. <http://ejournal.upr.ac.id/index.php/JP-IPS>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Perilaku konsumen* (Edisi 10). Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. (n.d.). *Penelitian terdahulu* [Buku].
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Teniro, A., Basri, H., & Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, F. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *MANAGER*, 5(2). <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/MANAGER>
- Tjiptono, F. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Trans Retail Indonesia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3(5), 305.
- Unadjaran, D. D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.