

DAFTAR PUSTAKA

- Adhyasta, D., & Sudarsi, S. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan, terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 520-525. <http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.866>
- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh minat beli pada konsumen Restoran KFC cabang khatib Sulaiman Padang. *Osf Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/dqb9m>
- Adilla, P., & Hendratmoko, C. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pemeblian Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya. Dalam *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 2, hlm. 455-466). <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.152>
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433-443. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/851>
- Ahadi, G. D., & Zain, N. N. L. E. (2023). Pemeriksaan uji kenormalan dengan kolmogorov-smirnov, anderson-darling dan shapiro-wilk. *Eigen Mathematics Journal*, 11-19. <https://doi.org/10.29303/emj.v6i1.131>
- Ahdiat, A. (2023). *Tren Penerbitan Buku Melemah, Bagaimana Kondisinya?* Databoks.katadata.co.id. Dikases pada 3 Agustus 2025. <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/9c243efddd857cd/tren-penerbitan-buku-melemah-bagaimana-kondisi-industrinya>
- Akbar, M. A. (2024). The Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Martabak Bangka Terang Bulan Arum Medan. *Senashtek* 2024, 2(1), 343-350. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek2/article/view/682>
- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N.P., Octavia, Y.F., Mulyaningsih, T., Satriawan, Yusuf, S.Y.M., Irwansyah, R., Moonti, A., Sudarni, A.A.C., Endrawati, B.F., Suhadarliyah, Armiani, & Andayani, S.U., & Tabun, M.A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL). https://osf.io/preprints/thesiscommons/7td58_v1

- Administrator. (2021). Penjualan Buku Di Gramedia Kupang Turun 50 Persen. *Victory News*. Diakses pada Juli 5, 2024. <https://www.victorynews.id/nasional/pr-3312289483/penjualan-buku-di-gramedia-kupang-turun-50-persen>
- Anggela, N.L. (2023). *Toko Gunung Agung Diskon Gede-gede-an Jelang Tutup Permanen*. *Bisnis.com*. Diakses pada 18 Juni 2024. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230829/12/1689385/toko-gunung-agung-diskon-gede-gede-an-jelang-tutup-permanen>
- Annur, H., Melangi, S., & Setiawan, A. (2024). Penerapan Metode Regresi Linier Sederhana Untuk Prediksi Jumlah Persediaan Pestisida. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer Banthayo Lo Komputer*, 3(1). <https://doi.org/10.37195/balok.v3i1.863>
- Anon. (2024). *Toko Buku Agung*. CNN Indonesia. Diakses pada 5 Juli 2024. <https://www.cnnindonesia.com/tag/toko-buku-gunung-agung>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arianty, N., & Purba, A. D. (2023). Store Atmosphere, Diskon Harga dan Impulse Buying: Peran Mediasi Positive Emotion dalam Konteks Pengalaman Belanja. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 24(2), 159-169. <https://doi.org/10.30596/jimb.v24i2.17066>
- Arigi, Fikri. (2020). *Penjualan Buku Turun Saat Covid-19, Pegiat Literasi Surati Jokowi*. *Tempo*. Diakses pada 5 Juli, 2024. <https://www.tempo.co/politik/penjualan-buku-turun-saat-covid-19-pegiat-literasi-surati-jokowi-627581>
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Deepublish.
- Atikah, A., Sakinah, A. S., & Iskandar, F. (2024). Pengaruh Motivasi dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Samsat Kota Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 930-935. <http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1812>
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 37. <https://doi.org/10.31599/jmu.v2i1.689>

- Bakhitah, A.N. & Lusia, A. (2023). PENGARUH STRATEGI MARKETING MIX (4P) DALAM UPAYA MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pada Geffa Production Sukoharjo) Effect Of Marketing Mix Strategy (4P) In An Effort To Improve Marketing Performance During The Covid-1. *Jurnal Sinar Manajemen*, 10(2): 102–115. <https://doi.org/10.56338/jsm.v11i2.2821>
- Bimo Aria Fundrika. 2020. *Gegara Wabah Corona Covid-19, Gramedia Tutup Sejumlah Toko, Ini Daftarnya*. Suara.com. Diakses pada 3 Agustus 2025 <https://www.suara.com/lifestyle/2020/03/25/183000/gegara-wabah-corona-covid-19-gramedia-tutup-sejumlah-toko-ini-daftarnya>
- CNN Indonesia. 2023. *Profil Toko Buku Gunung Agung yang Akan Tutup di Usia 70 Tahun*. CNN Indonesia. Diakses pada 18 Juni 2024 <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230829182322-92-992039/profil-toko-buku-gunung-agung-yang-akan-tutup-di-usia-70-tahun>
- Da, F. A., Azizah, H., Anggraeni, S., & Wiyanti, S. (2024). Pengaruh Pemilihan Nama Merek, Pengalaman Merek, dan Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Merek di Caffeshop Teraskita. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 93-107. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i4.1483>
- Anggraeni Dewi, A. & Berlian, R. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kesadaran Merek Pada Pt. Fuchs Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 12(September): 1–6. <https://ejournal.ulbi.ac.id/index.php/promark/article/view/2734>
- Dewi, N. L. P. F. A., Atmaja, N. P. C. D., & Manek, D. (2024). Pengaruh Brand Image, Promotion, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen E-Commerce Tokopedia Di Kota Denpasar). *Emas*, 5(7), 114-124. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/10013>
- Diyan, S. (2025). *Tingkat Kegemaran Membaca Indonesia Terus Naik*. GoodStats. Dikases pada 9 Agustus 2025. <https://goodstats.id/article/indeks-tingkat-kegemaran-membaca-indonesia-meningkat-jlMJL>
- Diyan Sari. (2025). *7 Provinsi dengan Tingkat Kegemaran Membaca Tertinggi 2024*. GoodStats. Dikases pada 9 Agustus 2025. <https://goodstats.id/article/simak-7-provinsi-dengan-tingkat-kegemaran-membaca-tertinggi-pada-2024-o5dXF>
- Fadhlurrahman, A., & Tantra, T. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Linkaja. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1457-1473. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3175>

- Fahrizan. (2023). Pengaruh Store Atmosphere dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Leton Coffee Kelurahan Kmpung Baru Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 2(3): 561–571. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/1075>
- Farida, B. (2020). *Sepi Pengunjung, Gramedia di Mataram Tetap Beroperasi*. Lombokpost.jawapos.com. Dikases pada 3 Agustus 2025. <https://lombokpost.jawapos.com/ekonomi-bisnis/1502775458/sepi-pengunjung-gramedia-di-mataram-tetap-beroperasi>
- Fauziah, Siti Nur. (t.t). *Penjualan di Pasar Buku Kota Malang Masih Lesu, Minat Literasi Kian Menurun*. Radar Malang. Diakses pada 18 Juni 2024. https://radarmalang.jawapos.com/kota-malang/814830078/penjualan-di-pasar-buku-kota-malang-masih-lesu-minat-literasi-kianmenurun?page=2#google_vignette
- Fransiskus, Insan Alfajri. (2021). *Pelaku Usaha Toko Buku Bersiasat Menjaga Pemasukan*. Kompas.id. Dikases pada 3 Agustus 2025. <https://www.kompas.id/artikel/pelaku-usaha-toko-buku-bersiasat-menjaga-pemasukan>
- Grand Metropolitan. (2025). *Gramedia*. Grand Metropolitan. <https://grandmetropolitan.co.id/1426/gramedia/>
- Gramedia. (2021). *Gramedia Literasi*. PT Gramedia Asri Media. <https://www.gramedia.com/literasi/>
- Halim, J. M., Soeprapto, V. S., & Julianto, E. (2023). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Groen Kopi. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 430-439. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.61975>
- Halomoan, M.Z. & Nurjanah, S. (2022). Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Stuja Coffee Jakarta. *KALBISIAN: Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*, 8(4): 4328–433. <https://ojs.kalbis.ac.id/ojs/index.php/kalbisiana/article/view/1672>
- Hanggraito, A. A., Wiratama, A. S., & Saifuddin, R. A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 72-83. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.50>
- Hardena, M. A., & Batu, R. L. (2024). Keputusan pembelian produk erigo ditinjau dengan variabel brand ambassador dan harga (survei pada konsumen yang mengikuti akun shopee erigo). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 7(1), 9-20. <https://doi.org/10.32500/jematech.v7i1.4340>

- Hidayat, Totok. (2022). *Pasar Buku Lesu, IKAPI Minta Dukungan Pemerintah*. Times Indonesia. Diakses pada 5 Juli 5, 2024. <https://timesindonesia.co.id/peristiwa-daerah/396316/pasar-buku-lesu-ikapi-minta-dukungan-pemerintah>
- Ihsan, Dian. (2023). Minat Beli Buku Fisik Masih Tinggi, Meski Tingkat Baca Turun. Kompas.com Diakses pada 5 Juli 2024. <https://www.kompas.com/edu/read/2023/07/11/171216671/minat-beli-buku-fisik-masih-tinggi-meski-tingkat-baca-turun?page=all>
- Indra Zakaria, I. (2021). *Kunjungan ke Toko Buku Turun 70 Persen*. Prokal.co. Diakses pada 3 Agustus 2025. <https://www.prokal.co/bisnis/1773922719/kunjungan-ke-toko-buku-turun-70-persen>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Istiqomah & Syahrudin, A. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Merek Bimoli Pada Deta Toko di Desa Senaken Kecamatan Tanah Grogot. *Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 1(4): 200–212. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.235>
- Kasmir, Dr. S. M. (2022). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN UNTUK ILMU MANAJEMEN, AKUNTANSI, DAN BISNIS*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Keni, K. (2021). Pentingnya Brand Communication, Brand Experience, Dan Brand Image Dalam Meningkatkan Brand Loyalty Pada Ritel Furnitur: Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. <http://dx.doi.org/10.35760/eb.2021.v26i3.4075>
- Kumparan Bisnis. (2024). *IKAPI Akui Penjualan Buku Fisik Terus Merosot Sejak Pandemi*. kumparan.com. Diakses pada 18 Juni 2024 <https://kumparan.com/kumparanbisnis/ikapi-akui-penjualan-buku-fisik-terus-merosot-sejak-pandemi-25Abu7nWp5H>
- Kusdianto, K., Siagian, R. P., & Muliati, L. (2024). THE EFFECTS OF BRAND IMAGE, STORE ATMOSPHERE, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS AT PANDA VAPESTORE. *Dynamic Management Journal*, 8(1). <http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v8i1.10584>
- Machmudi, M. Iqbal Al. (2020). *Penerbitan Buku Alami Kerugian Hingga 80% Saat Covid-19*. Media Indonesia. Diakses pada 5 Juli 2024. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/342871/penerbitan-buku-alami-kerugian-hingga-80-saat-covid-19>
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES)

- Mart Banjaran. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227-238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Malau, R. M. S., & Oetarjo, M. (2022). Keputusan Pembelian Chatime di Suncity Sidoarjo Ditinjau Melalui Brand Image dan Harga. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(2), 15-15. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i2.73>
- Marsudi, E. & Putra, Y.E.R. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Store H&M Di Mall Kelapa Gading. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1): 72–81. <https://doi.org/10.31334/jambis.v3i1.3051>
- Matthew, J., Soeprapto, V. S., & Julianto, E. (2023). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Groen Kopi: indonesia. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 430-439.
- Mulyana, A., Susilawati, E., Fransisca, Y., Arismawati, M., Madrapriya, F., Phety, D. T. O., ... & Sumiati, I. (2024). Metode penelitian kuantitatif. Tohar Media.
- Mustafa, P. S. (2023). Tinjauan Literatur Analisis Uji R Berganda dan Uji Lanjut dalam Statistik Inferensial pada Penelitian Pendidikan Jasmani. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(5), 571-593. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7758162>.
- Nasution, K.A.P., Hadian, A., Fikri, Am.H. & Al-Butary, B. (2022). Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Hendy 's Brownies Berdasarkan Brand Image Dan Store Atmosphere. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 13(01): 45–50. <https://id.scribd.com/document/653602677/JIEGMK>
- Ndruru, M. W., Karim, A., & Tampubolon, H. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *YUME: Journal of Management*, 8(1.1), 446-454. <https://doi.org/10.37531/yum.v8i1.8049>
- Novia, M.A., Semmaila, B. & Imaduddin. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan KuaLitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2). <https://doi.org/10.52103/jtk.v11i2.174>
- Nugraha, Angga Bhagya. (2021). *Imbas Pandemi Covid-19, Penjualan Buku Di JakBook Pasar Kenari Menurun Drastis*. Wartakota. Diakses pada 5 Juli 2024 <https://wartakota.tribunnews.com/2021/02/19/imbaspandemiacovid19penjualanbuku-dijakbook-di-pasar-kenari-menurun-drastis>
- Nugroho, Rizal Setyo. (2020). *Ironi Hari Buku Nasional, Penjualan Buku Lesu Selama Pandemi Covid-19*. Kompas.com. Diakses pada 5 Juli 2024 <https://www.kompas.com/tren/read/2020/05/17/181048665/ironi-hari-buku-nasional-penjualan-buku-lesu-selama-pandemiacovid-19?page=all>

- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical Evidence) 7P Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2): 119–127. <https://doi.org/10.25157/jmt.v8i2.2669>
- Pandiangan, K., Masiyono, & Atmogo, Y. D. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY. *Dinasti Review Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-474. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Pauzi, M. (2024). Paradigma penelitian kualitatif dan kuantitatif. PT Arr Rad Pratama.
- Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. (2024). *Minat Baca Warga Jakarta Masuk Kategori Tinggi*. dprd-dkijakartaprov.go.id. Dikases pada 9 Agustus 2025. <https://dprd-dkijakartaprov.go.id/minat-baca-warga-jakarta-masuk-kategori-tinggi/>
- Prakoso, R. B., & Setiawan, R. (2024). Pengaruh Sustainability Reporting Terhadap Nilai Perusahaan-Kepemilikan Pemerintah sebagai Uji Moderasi. *Jurnal SENOPATI: Sustainability, Ergonomics, Optimization, and Application of Industrial Engineering*, 6(1), 50-60. <https://doi.org/10.31284/j.senopati.2024.v6i1.6576>
- Pratami, N. U. S., Ningsih, C., & Putra, G. P. (2023). Analisis Store Atmosphere Dan Promotion Yang Berpengaruh Terhadap Revisit Intention Di Thelapan Coffee Bandung. *Jurnal Pariwisata Vokasi*, 4(1), 1-11. <https://doi.org/10.60038/jpv.v4i1.61>
- Pujyanto R. (2023). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Putri, Y. A. (2025). Pengaruh Brand Image Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Bukalapak Dengan Dimediasi Oleh Trust Di Kota Palembang. *Akuntansi dan Manajemen*, 20(1), 1-10. <https://doi.org/10.30630/jam.v20i1.307>
- Rahayu, E. S., & Nursanta, E. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian J. Co Donuts & Coffee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(1), 1-10. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i1.604>
- Rahman, Dzulfiqar Fathur. (2023). *Toko Buku Berguguran, Tak Mempan Ditopang Digitalisasi*. KataData. Diakses pada 5 Juli 2024. <https://katadata.co.id/indepth/telaah/6476be546d106/toko-buku-berguguran-tak-mempan-ditopang-digitalisasi>
- Rahmayanti, N. P., Karsudjono, A. J., & Hidayatullah, I. (2024). Pelatihan Spss Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Untuk Data Primer. *Bakti Banua: Jurnal*

Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(2), 21-26.
<https://doi.org/10.35130/bbjm.v5i2.594>

Rifai, A., & Sari, R. (2024). PENGARUH REKRUTMEN DAN INSENTIF TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN SALES PADA REGIONAL CARD CENTER PT. BANK MANDIRI (PERSERO) TBK DI JAKARTA PUSAT. *JURNAL ELASTISITAS*, 1(1), 73-86.
<https://jafjournal.com/index.php/JELS/article/view/350>

Rosyidah, M., & Fijra, R. (2021). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.

Samirudin. (2023). *Manajemen Pemasaran dan Nilai Pelanggan*. Makassar: PT. Nas Media Indonesia.

Samodro, Dewanto. (2017). *Ikapi Ungkap Penjualan Buku Menurun Meski Minat Baca Meningkat*. ANTARA. Diakses pada 5 Juli 2024
<https://www.antaraneews.com/berita/625843/ikapi-ungkap-penjualan-buku-menurun-meski-minat-baca-meningkat>

Sambara, J., Tawas, H. N., & Samadi, R. L. (2021). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada Cafe 3. Am Koffie Spot Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 126-135.
<https://doi.org/10.35794/emba.v9i4.36149>

Sari Rahayu, E. & Nursanta, E. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian J.Co Donuts & Coffee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(1): 1–10.
<https://doi.org/10.59188/journalsostech.v3i1.604>

Sari, I.G.A.E.P., Anggraini, N.P.N. & Ribek, P.K. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada Visa Agent Bali, Cangu. *Jurnal Emas*, 2(1): 51–70.
<https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/4041/3111>

Selfi. (2025). *Toko Buku Makin Tak Diminati, Pengamat: karena Kemiskinan*. Fajar.co.id. Dikases pada 3 Agustus 2025. <https://fajar.co.id/2025/06/03/toko-buku-makin-tak-diminati-pengamat-karena-kemiskinan/>

Setiadi, N. J., & Se, M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Vol. 3). Prenada Media.

- Setiowati, E. P., Surveyandini, M., & Pahlevi, A. (2024, Desember). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Gaya Hidup, dan Sosial Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Rita Supermall Purwokerto. Dalam *PROSIDING SENADIKA: Seminar Nasional Akademik* (Vol. 1, No. 1, hlm. 580-589).
<https://www.unars.ac.id/ojs/index.php/SENADIKA/article/view/5849>
- Sinambela, L.P. (2021). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktik*. Depok: Rajawali Pers.
- Suci Rahmadani, S. K. M., St Rosmanely, S. K. M., & Nurliyah, S. K. M. (2022). *Citra merek (brand image) dan keputusan pasien memilih pelayanan kesehatan*. CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surdayana, M., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Suryani, D., & Burhan, A. (2025). INTERPRETASI PENGARUH HARGA, PROMOSI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE FOOD DELIVERY KARYAWAN GEN Z WILAYAH JAKARTA BARAT:(STUDI KASUS: GOFOOD, GRABFOOD DAN SHOPEEFOOD). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 14(2), 923-936.
<https://doi.org/10.31959/jm.v14i2.3141>
- Susilowati, F. (2020). *Pengujian Statistik Dengan SPSS*. Magelang: Pustaka Rumah Cinta
- Tampi, E., Tamengkel, L. F., & Asaloei, S. I. (2024). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J. Co Donuts & Coffee Mega Mall Kota Manado. *Productivity*, 5(1), 799-802.
<https://doi.org/10.35797/ejp.v5i1.54213>
- Tasijam, G. A., Rahmatullah, M. R., & Kristaung, R. (2024). Pengaruh Brand Image, Service Quality, dan Customer Value terhadap Customer Satisfaction pada Nasabah Bank Muamalat Syariah Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 22706-22713.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/15680/11794>
- Virginia, A. M., Djajadikerta, H., Setiawan, A., & Wirawan, S. (2024). Pengaruh proporsi dewan komisaris independen, likuiditas, dan solvabilitas terhadap audit delay perusahaan pada industri property dan real estate yang terdaftar di BEI pada Tahun 2018-2021. *Journal of Economics and Business UBS*, 13(1), 58-71. <https://doi.org/10.52644/joeb.v13i1.847>

- Wahyuni, T., & Zuhriyah, A. (2020). Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk di Toko Sari Kelapa. *Agriscience*, 1(1), 232-243. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8005>
- Warahmah, M., & Jailani, M. S. (2023). Pendekatan dan Tahapan Penelitian dalam Kajian Pendidikan Anak Usia Dini. *DZURRIYAT: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 1(2), 72-81. <https://doi.org/10.61104/jd.v1i2.32>
- Wibowo, A.S. & Bahrun, K. (2024). The Influence Of Store Atmosphere, Brand Image And Service Quality On Coffee Purchasing Decisions (Case Study At Konnichiwa Shop , Bengkulu City) Pengaruh Store Atmosphere , Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi (Studi K. *Journal of Indonesian Management*, 4(1): 75–84. <https://doi.org/10.53697/jim.v4i1.1622>
- Wibowo, E. W., & Nurul, N. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Store Atmosphere, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Store Kkv Mall of Indonesia. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 66-78. <https://esensijournal.com/index.php/esensi/article/view/28>
- Windiastutik, R., & Susanti, R. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE, STORE ATMOSPHERE DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PADA KONSUMEN SELARAS COFFEE GEMOLONG SRAGEN). *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 183-193. <https://doi.org/10.62017/wanargi>
- Wulandari, Leni. (2020). *Tahun Ajaran Baru 2020, Penjualan ATK Gramedia Alami Penurunan 90 Persen*. Banjarmasin Post. Diakses pada 5 Juli 2024. <https://banjarmasin.tribunnews.com/2020/06/11/tahun-ajaran-baru-2020-penjualan-atk-gramedia-alami-penurunan-90-persen>
- Yosepha Debrina R.P. (2024). *Minat Pada Buku Cetak Belum Tergantikan, Tetapi Butuh Dukungan*. Kompas.id. Diakses pada 3 Agustus 2025. <https://www.kompas.id/artikel/minat-pada-buku-cetak-belum-tergantikan-tetapi-butuh-dukungan>.
- Yosepha Pusparisa. (2020). Gramedia Mendominasi Jaringan Toko Buku di Indonesia. *Databoks.katadata.co.id*. Diakses pada 18 Juni 2024 <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/dae35e3166d2384/gramedia-jaringan-toko-buku-di-indonesia>.
- Zahrah, Z., Baining, M. E., & Anggraini, D. (2024). Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Ekonomi Islam: Studi Kasus Toko Bangunan Family Kita Merlung. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 235-249. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v17i1.1874>