

**PENGARUH LIFESTYLE DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Suatu Studi pada Konsumen Jembar Tebing Caffe)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
Syarat Ujian guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

**AKBAL RAMADAN**

**NIM. 3402180493**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH  
2022**

## ABSTRAK

**Akbal Ramadan. 2022. Pengaruh *Lifestyle* dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Jembar Tebing Caffe). Di bawah bimbingan Bapak Moch. Aziz Basari S Sos., M.M (Pembimbing I) dan Bapak Mujaddid Faruk, S.E., M.M(Pembimbing II).**

Penelitian ini dilatar belakang masalah penelitian ini adalah banyaknya persaingan dalam dunia bisnis yang menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dalam dunia bisnis terutama pada sebuah cafe, dan yang kedua adalah adanya beberapa keluhan dari beberapa pelanggan tentang ketidak nyamanan di cafe tersebut dan yang terakhir adalah melihat fenomena pada saat bagi kehidupan remaja dan dewasa nongkrong disebuah cafe menjadi sebuah trend tersendiri dalam kehidupan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Lifestyle* dan *Store Atmosphere* berpengaruh secara serempak maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian di Jembar Tebing Caffe Metode yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 461 orang dan sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 82 orang. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu analisis koefisien korelasi sederhana, koefisien determinasi, uji t, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi berganda, uji F. Dari hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *lifestyle* dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jembar Tebing Caffe dengan besarnya pengaruh 81% dan sisanya 19% dipengaruhi oleh faktor lain. Dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian pada Jembar Tebing Caffe sebaiknya bagi pelaku usaha menyesuaikan perkembangan teknologi seperti menyediakan pembayaran melalui uang elektronik supaya dapat menarik daya beli konsumen sesuai dengan perkembangan zaman, menjaga citra rasa dan kualitas sehingga konsumen tertarik untuk memutuskan pembelian serta memanfaatkan platform online supaya lebih dikenal dan lebih dipercaya oleh konsumen.

Kata Kunci : *Lifestyle*, *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ABSTRAK .....	ii
KATA PENGANTAR .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	9
BAB I PENDAHULUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2.2 Rumusan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.2 Manfaat Praktis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Ilmu Manajemen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.1 Definisi Manajemen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.3 Unsur-Unsur Manajemen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.3 Bauran Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 <i>Lifestyle</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.1 Definisi <i>Lifestyle</i> (Gaya hidup).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.2 Bentuk <i>Lifestyle</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.3 Pengukuran <i>Lifestyle</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.1.3.4	Indikator Lifestyle (Gaya hidup) ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4	Store Atmosphere.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.1	Pengertian <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.2	Dimensi Atmosfer Toko .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.3	Karakteristik <i>Store Atmosphere</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.4	Indikator Store Atmosphere .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5	Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5.2	Faktor Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5.3	Model Keputusan pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5.4	Indikator Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.6	Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2	Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1	Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.3	Pengaruh <i>Lifestyle</i> dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3	Hipotesis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III METODE PENELITIAN.....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1	Metode Penelitian Yang Digunakan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2	Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1	Definisi Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2	Operasionalisasi Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1	Populasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2	Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1	Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.5	Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1	Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.3	Pengaruh <i>Lifestyle</i> dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1	Tempat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2	Waktu Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1	Gambaran Umum Jembar Tebing Caffe ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.1	Sejarah Jembar Tebing Caffe .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.2	Visi Misi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.3	Struktur Organisasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1.4	Uraian Jabatan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2	Karakteristik Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3.3	Hasil Penelitian Mengenai Keputusan Pembelian pada Jembar Tebing Caffe .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4.1	Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian Jembar Tebing Caffe	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4.2	Pengaruh <i>Srore Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Jembar Tebing Caffe .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4.3	Pengaruh <i>Lifestyle</i> dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada Jembar Tebing .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2	Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1	Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jembar Tebing Caffe .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jembar Tebing Caffe .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3	Pengaruh <i>Lifestyle</i> dan <i>Sore Atomosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jembar Tebing Caffe .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Simpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

#### DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Produk Tahun 2021.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.2	Skala likert .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.3	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.4	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.5	Jadwal Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.6	Interprestasi jawaban responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.7	Saya mengunjungi Jembar Tebing Caffe karna mengikuti tren	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.8	Mengunjungi Jembar Tebing Caffe Untuk memuaskan diri sendiri	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

- Tabel 4.9 Mengunjungi Jembar Tebing Caffe menjadi salah satu hobi saya dalam memanfaatkan waktu senggang .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.10 Ketika penat atau suntuk, saya mengunjungi Jembar Tebing Caffe untuk mencari hiburan.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.11 Saya menyukai momen kebersamaan di Jembar Tebing Caffe bersama keluarga.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.12 Saya menyukai momen kebersamaan di Jembar Tebing Caffe bersama teman-teman.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.13 Saya pergi ke Jembar Tebing Caffe karena menyukai makanan dan minumannya .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.14 Mengunjungi Jembar Tebing Caffe karna rekomendasi teman **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.15 Menurut saya, harga yang dikenakan oleh Jembar Tebing Caffe sesuai dengan kualitas produknya.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.16 Berada di Jembar Tebing Caffe merasa meningkatkan kualitas hidup saya .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.17 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Lifestyle pada Konsumen Jembar Tebing Caffe .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.18 Klasifikasi Penilaian Lifestyle .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.19 Jembar Tebing Caffe terlihat dari jalan utama sehingga mudah di temukan di malam hari.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.20 Pencahayaan pada Jembar Tebing Caffe mampu meningkatkan daya tarik Caffe .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.21 Sitem penataan barang di Jembar Tebing Caffe rapi ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.22 Kualitas tataletak di Jembar Tebing Caffe rapi.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.23 Suhu udara di Jembar Tebing Caffe membuat saya nyaman ... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.24 Suhu udara di Jembar Tebing Caffe tidak terlalu panas maupun dingin .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.25 Jembar tebing Caffe memiliki tempat parkir luas .**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.26 Lingkungan di Jembar Tebing Caffe nyaman **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.27 Dekorasi yang indah dan sesuai dengan tema membuat saya ingin berlama-lama di Jembar Tebing Caffe .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.28 Pemasangan dekorasi yg unik di dalam ruangan membuat saya ingin datang berkunjung kembali ke Jembar Tebing Caffe ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.29 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Store Atmosphere pada konsumen Jembar Tebing Caffe**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 30	Klasifikasi Penilaian Store Atmosphere.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 31	Saya memilih sajian Jembar Tebing Caffé karena selalu menjaga kualitas yang di sajikan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 32	Saya lebih memilih Jembar Tebing Caffé dibandingkan kafe yang lain .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 33	Sajian Jembar Tebing Kaffe sesuai dengan kebutuhan konsumen	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 34	Saya mengevaluasi alturnatif lain sebelum berkunjung ke Jembar Tebing Caffé .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 35	Saya selalu ketagihan untuk mengunjungi Jembar Tebing Caffé	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 36	Saya selalu menyarankan teman untuk mengunjungi Jembar Tebing Caffé .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 37	Saya tidak pernah kecewa dengan sajian Jembar Tebing Caffé	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 38	Saya tidak ragu mengunjungi Jembar Tebing Caffé .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 39	Saya memilih Jembar Tebing Caffé karena menu yang di sajikan lengkap .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 40	Saya tidak berpikir panjang mengunjungi Jembar Tebing Caffé	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 41	Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Keputusan Pembelian pada Konsumen Jembar Tebing Caffé .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 42	Klasifikasi Penilaian keputusan pembelian....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 43	Data -data untuk perhitungan variabel <i>lifestyle</i> terhadap keputusan pembelian pada konsumen jembar tebing Caffé .....	94
Tabel 4. 44	Pedoman Untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi.....	97
Tabel 4. 45	Data-data untuk perhitungan variabel <i>store atmosphere</i> terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jembar Tebing Caffé.....	101
Tabel 4. 46	pedomen Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien korelasi.....	104
Tabel 4. 47	Data - data untuk Perhitungan Variabel <i>lifestyle dan Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan pembelian konsumen Jembar Tebing Caffé.....	108

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Paradigma Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
------------	----------------------------	-------------------------------------



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Keterangan Dari Tempat Penelitian
Lampiran 2	Kuesioner Permohonan Penelitian
Lampiran 3	Tanggapan Responden Mengenai Lifestyle
Lampiran 4	Tanggapan Responden mengenai Store Atmosphere
Lampiran 5	Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian
Lampiran 6	Regresi dan Korelasi
Lampiran 7	Tabel Uji t
Lampiran 8	Tabel Uji f

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Roni Angger. 2020. Pengantar Bisnis. Malang, AE Publishing.
- Aisyah, S. (2022). ANALISIS PERANAN AUDITOR INTERNAL TERHADAP FUNGSI PEMASARAN (PROMOSI) PADA HOTEL TRANSIT SYARIAH MEDAN. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198-206.
- Alfan, A. C. (2019). Karakteristik Dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk Melalui E-Commerce. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(1).
- Anas, K., & Muhajirin, M. (2020). Pengaruh Gaya Hidup (Life Style) dan Harga Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantin Yuank Kota Bima. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 131-138.
- Asra, M. D., & Suyanto, A. M. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Telepon Selular Samsung Berbasis Android di Indonesia. *eProceedings of Management*, 6(1).
- Berman, Barry & Evans, Joel R. 2014. Retail Management Edisi 12, Alih Bahasa Oleh Lina Salim. Jakarta : Pearson.
- Burhanuddin Yusuf, "Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah", (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2015), hlm.19.
- Cahyadi, N., S ST, M. M., Fachrurazi, H., MM, S. A., Palupi, F. H., Mamengko, R. P., ... & SE, M. (2022). Pengantar Manajemen. CV Rey Media Grafika.
- Cox, Roger and Paul Brittain. 2004. Retailing An Introduction. London: Prentice. Hall. Edwar, Muhammad dan Maria Kristiana. 2017.
- Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(1), 31-38.
- FACHLEVI, R. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DISTRO BADGER INVADERS KOTA BANDUNG (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Fadlilah, R. R. (2021). PENGARUH DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. HAZWAL PERDANA MANDIRI SUBANG (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Fauzi, T. N. S., & Sumarni, I. (2020). PENGARUH PROMOSI SECARA ONLINE (Facebook) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA PT. JAFRA

- KOSMETIK DI TABALONG (Produk Masker Jafra (Mud Mask) dan Royal Jelly Jafra). JAPB, 3(2), 1399-1408.
- Heryana, S. (2014). Pengaruh Store Atmosphere dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet The Secret Bandung (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Jilly Bernadette Mandey. "Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild". Jurnal EMBA. ISSN 2303-1174 Vol 1 No 4 desember 2013
- Julianti, N. L., Nuridja, I. M., & Meitriana, M. A. (2014). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida Tahun 2014. Jurnal pendidikan ekonomi Undiksha, 4(1).
- Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Phillip 2005. Manajemen Pemasaran, jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks
- Kurniawan, D. (2019). Pengaruh Proactive Service, People, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR). Jurnal Ekonologi Ilmu Manajemen, 6(2), 375-379.
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen), 4(2), 921-932.
- Lalitamanik, R., Prihatini, A. E., & Dewi, R. S. (2014). Pengaruh Activity, Interest, Opinion (AIO) dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Menonton Film di Bioskop E-Plaza Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 3(3), 11-21.
- Levy dan Weitz. 2012. Retailing Management Five Edition. New York: Graw. Hill, irwin.
- Ma'ruf, H. 2005. Pemasaran Ritel. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). Retailing Management Information Center. New
- Lieyanto, D. M., & Pahar, B. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF, 13(2), 88-101.
- Mamahit, B. V., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Cv. Caritas Dei Nobiscum Untuk Meningkatkan Daya Saing. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 9(3), 892-901.

- Mandey, J. B. (2013). Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Maulana, H., & Rusmana, S. C. (2022). PENGARUH KNOWLEDGE SHARING DAN ETOS KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. TASPEN (PERSERO) KCU BANDUNG (Doctoral dissertation, Universitas Pasundan Bandung).
- Meinda, H. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
- Nugroho J Setiadi, 2010. Perilaku Konsumen, Kencana: 77-79. Jakarta.
- Nurhalimah, S., & PGRI, P. S. N. F. U. PENGARUH KONSELING KELOMPOK BEHAVIORAL TEKNIK LATIHAN ASERTIF DALAM MEMINIMALISASI PERILAKU MEMBOLOS PADA SISWA SMK MUHAMMADIYAH 6 ROGOJAMPI TAHUN AJARAN 2017/2018.
- Pasaribu, V. L. D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan. *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 19(2), 156-167.
- Pratomo, A. W. A. (2013). Gaya Hidup Komunitas Pencinta Budaya Jepang di Kalangan Mahasiswa UNNES (Studi Kasus Pada Komunitas Jaico). *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, 2(1).
- Riyadi, F. (2016). Urgensi Manajemen dalam Bisnis Islam. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 65-84.
- Sahuri, C., & Chandra, R. (2014). Pelaksanaan Koordinasi Penertiban Usaha Pengelolaan dan Pengusahaan Sarang Burung Walet di Kota Pekanbaru (Doctoral dissertation, Riau University).
- Sawlani, D. K., & SE, M. (2021). Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan. Scopindo Media Pustaka.
- Setiadi, Nugroho J. (2010). Perilaku Konsumen. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Setioninggrum, F. (2019). Hubungan antara Konsep Diri dan Gaya Hidup dengan Intensitas Penggunaan Gadget pada Remaja (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Solihat, A. N., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 1-13.
- Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).

Sugiyono (2019). Statistika untuk Penelitian. Bandung : CV Alfabeta. Ghozali, Imam. 2013.  
Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi.  
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Surianti, S. (2016). Implementasi Fungsi-Fungsi Manajemen Pendidikan di Madrasah Aliyah  
DDI Amparita Kecamatan Tellu Limpoe Kabupaten Sidrap (Doctoral dissertation,  
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

Wisudawati, R., Widiastuti, W., & Yudisiani, Y. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup  
Terhadap Keputusan Pembelian Tas Hermes Tiruan Pada Wanita Karir (Doctoral  
dissertation, Universitas Bengkulu).

York: McGraw Hill Higher Education.

Yunita, F. C. (2017). GAMBARAN KOPING KELUARGA DALAM MERAWAT ORANG  
DENGAN GANGGUAN JIWA (ODGJ) PASCA PASUNG PENELITIAN  
KUALITATIF CASE STUDY (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).

YUYUN, C. (2021). MANAJEMEN PELAYANAN TRANSPORTASI ONLINE SYARI'AH  
(Study pada: Ojek Sahabat Wanita (OJESA) Badar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN  
Raden Intan Lampung).