

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, P.V. (2025). Peran Event Marketing, Sosial Media Marketing, Dan Content Marketing Terhadap Minat Beli. *Jurnal Bisnis Perspektif (BIP's)* p-ISSN 1979-4932 Volume 17, Nomor 1, Januari 2025
- Afifi, M.F. (2024). Pengaruh Store atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Volume 13 No 2 Tahun 2025 P-ISSN 2337-6708 E-ISSN 2723-3901
- Ajzen, I. (2018). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Alma, B. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.
- Amelia, Adinda Rizqy (2025). Pengaruh event tanggal kembar dan Fear of Missing Out (FOMO) terhadap minat beli ulang dengan scarcity sebagai variabel moderasi: Studi pada pengguna Shopee generasi Z di Kota Malang. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Aminullah, E. (2025). Pengaruh Customer Bonding Dan Event Marketing Terhadap Repurchase Intention Pada Konsumen Vapormania di Kota Medan. *JEKKP (Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik)*, 7 (1): 1-11; 2025
- Anand, D.Y. (2025). Pengaruh Event Marketing, Influencer, Dan Financial Literacy Terhadap Keputusan Pembelian Produk Diamond Mobile Legends: Bang Bang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Volume 13 No 2 Tahun 2025 P-ISSN 2337-6708 E-ISSN 2723-3901
- Arikunto, S. (2022). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Arinda, H. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Kembali: Studi Kasus Pada Griya Bawang. *Jurnal Media Akademik (JMA)* Vol.3, No.10 Oktober 2025 e-ISSN: 3031-5220; DOI: 10.62281, Hal XX-XX
- Arisandy, Z.B. (2024). Pengaruh Harga Dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Kalangan Konsumen Mesih Kanggo Second Thrift Purwokerto). Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
- Asmadi, I. (2023). Pengaruh Event Marketing dan Sosial Media Terhadap Minat Beli Pada PT. Nusatara Surya Sakti Kepada Dua Tangerang. *Jurnal Pengembangan Ketenagakerjaan* Vol.1, No.2 September 2023 e-ISSN: 2986-710X; p-ISSN: 2986-7606, Hal 01-12
- Assauri, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.

- Ayu, N.P.R. (2023). Pengaruh Lifestyle, Store atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Restaurant The Sand Beach Seminyak. Jurnal EMAS E-ISSN : 2774-3020
- Daniella, V.R.B. (2023). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Wage Tulungagung. Simposium Manajemen dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri E-ISSN: 2962-2050, Vol. 2, Juli 2023
- Dewi, Y.V. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Nasi Bumbu Madura Di Food Court Aiola Surabaya. SARR – Vol. 5 No. 1. Tahun 2022
- Endri, E.P. & Prasetyo, K. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Kopi Kawa Daun Tanah Datar Dalam Membangun Brand Awareness. Jurnal Audiens 2, no. 1 (2021): 137.
- Firdailla, N. (2024). Pengaruh Social Media dan Event Marketing terhadap Minat Beli di Pyukanau Official. e-ISSN: 2686-5009
- Firmansyah, M. (2019). Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy. Qiara Media.
- Fitriah, M. (2020). Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual, Yogyakarta: Deepublish.
- Fitriani. (2020). Pengaruh Store atmosphere Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Breaktime Kota Bima. Economy Deposit Journal Volume 2 No. 1, Juni 2020
- Foster, B. (2019). Manajemen Ritel. Bandung: Alfabeta.
- Fu'ad, E.N. (2024). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara, Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen, 30, no.1 (2024): 59
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26. Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, D.A. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan, Jurnal Keuangan dan Bisnis, 2, no. 3 (2023): 229
- Hardianti, I.P. (2020). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Buku Togamas Margorejo Surabaya. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Surabaya
- Hasan, A. (2018). Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. Cetakan Pertama. Media Pressdindo. Yogyakarta.
- Heizer, Jay & Render, Barry. (2020). Operations Management-Manajemen Operasi. Edisi 10 Buku 2. Jakarta, Salemba Empat.

- Hidayat, M.R. (2025). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di MM Food Court Kabupaten Tabalong. ISSN : 2723-0937 DOI. 10.35722/japb
- Hotman. (2024). Pengaruh Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di. UD. Naysila Toys Simpang SKPD. Economy Deposit Journal Volume 2 No. 1, Juni 2024.
- Indriantoro, Nur., & Supomo, B. (2021). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ishlah, B. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Harga, Dan Event Marketing Terhadap Purchase Decision. Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen Volume 03 No 2 Tahun 2024
- Jalil, M. I., Lada, S., Allah Pitchay, A., & Bakri, M. A. (2018). Relationship marketing: a conceptual overview of consumer brand loyalty. Jakarta: Kencana
- Japariato, E. (2025). Pengaruh Event Marketing terhadap Purchase Intention dengan Social Media Engagement Sebagai Variabel Mediasi pada Clash of Champions Ruangguru. Jurnal Manajemen Pemasaran p-ISSN 19075-235X, e-ISSN 2597-615X Volume 19, Nomor 2, October 2025: 105-121
- Kelvinia. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. ISSN 2622-6421 Volume 11, Nomor 02, Oktober 2021
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara. (2018). Marketing Communication – Taktik dan Strategi. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer.
- Kotler, P dan Armstrong. (2019). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. (2019). Dasar-Dasar Pemasaran Principles of Marketing.. Alih Bahasa: A.B. Susanto. Jilid 1 dan 2. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2019). Marketing Management 14th Edition. New Jersey : Prentice Hall.
- Krisito, R.E. (2022). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Lucky Coffee Kota Jambi. Jurnal Dinamika Manajemen Vol.8. No.3, September-Desember 2020 ISSN: 2338-123X (print) ;2355-8148(online)
- Kustanto, H. (2025). Pengaruh Event Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi Kasus: Perumahan Wonowaru Residence Malang). JPRO Vol. 6 No. 2 Tahun 2025 E-ISSN : 2775-5967
- Levy, M., Weitz, B. A., & Grewal, D. (2019). Retailing Management (9th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Maharani, D. (2023). Pengaruh Wujud Dan Store atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Corner Tebing Tinggi. Other thesis, STIE Bina Karya Tebing Tinggi.

- Manzoor, A. (2022). Innovation in Small and Medium Enterprises, Growth of SMEs and Economic Development of Pakistan. *International Journal of Scientific & Engineering Research* 10, no. 4 (2022): 355.
- Marbun, M.B. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). Volume 3, Issue 2, Juli 2022 E-ISSN: 2716-375X, P-ISSN: 2716-3768
- Maulya, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Sabun Cair Merek Lux (Studi Kasus pada Warga Kelurahan Semper Timur Jakarta Utara). Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Mowen, John C., dan Michael Minor. (2017). *Perilaku Konsumen*. Jilid 1, Edisi Kelima (Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Mubaroq, H. (2023). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Bolamania Gresik. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik
- Nababan, B.O. (2022). Pengaruh Event Marketing Terhadap Minat Berkunjung Di Cibinong City Mall. *Economicus*, Vol. 12 No. 2 – Juni 2022 e- ISSN: 2615 - 8078
- Nasta'in, A.F. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Sosial Media Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Pada Bekind.Id. Vol 07 No. 21 (2024)
- Nasution, F.I.S. (2024). Pengaruh Lokasi Dan Varian Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Sun Bread Sagulung. *Jurnal Mekar*. Volume 3. No.2. Oktober 2024 E-ISSN 2829-4114 E-ISSN 2829-4009
- Noor, A. (2019). *Manajemen Event (Edisi Revisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Nor, M. (2023). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ritel Modern Studi Pada Mini Market Borneo Tabalong. *JAPB : Volume 6 Nomor 2, 2023. ISSN : 2723-0937*
- Olson dan Peter J. Paul. (2019). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi. Sembilan. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Paranita, D.Y. (2025). Pengaruh Event Terhadap Repurchase Intention Melalui Electronic Word of Mouth (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Shopee di Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Dompu). *Jurnal Ilmu Ekonomi* Vol. 8 No. 4, Oktober 2025 e-ISSN : 2622-6383
- Patimah, R. (2024). Pengaruh Store atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Minimarket Borneo Tanjung. *ISSN : 2723-0937*
- Prastyaningsih, A. S. (2024). Pengaruh Customer experience Terhadap Repurchase Intention (Niat Membeli Ulang) Survei Pada Konsumen KFC Di

- Lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Manajemen.
- Pratama, M.S.D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Produk Thrifting Store Swoosh. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)* Vol 5, No 1, Agustus 2023, Hal 78–85 ISSN 2685-869X (media online)
- Priansa, D. J. (2022). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Puspa, R.D.A. (2023). Peran Lokasi dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mixue: Gaya Hidup sebagai Pemoderasi. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)* ISSN 2407-2648 (Print) 2407-263X (Online), DOI 10.31289/jkbm.v10i1.10011
- Puspitasari, A.D. (2023). Pengaruh Store atmosphere Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 1, Januari 2016* ISSN : 2461-0593
- Putri, S.H. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *Journal Social Society* Vol 5 No 2, Juli - Desember 2025
- Rafsandjani dan Rieza Firdian. (2019). *Pengantar Bisnis Bagi Pemula*. Malang: CV Kautsar Abadi
- Rahmadani, L. (2025). Pengaruh Store atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Beauty Kampus Baru Kota Kendar. Vol. 2, No. 2, Hal. 439-449, April 2025 *Jurnal HOMANIS: Halu Oleo Manajemen dan Bisnis*
- Ramadhan, H. (2025). Pengaruh Store atmosphere Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Coffe shop Joglo Kopi Bandung. Lisensi: Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International License (CC BY SA 4.0)
- Robbins, Stephen P, dan Coulter, Mary. (2019). *Pengantar Manajemen*, Edisi Sepuluh. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Sandra, T.A. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Yong Mart. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* Vol 3 (No 1) 2022, 17-26
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2019). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Saota, S. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di UD. Trialvela Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan* Volume 4, Nomor 2, Juli 2021, Hal. 135-142

- Saputra, M.A. (2025). Pengaruh Store atmosphere Dan Customer experience Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Beginning Coffee Di Kota Bima. *Jurnal Tambora* E-ISSN: 2621-542X
- Sari, D.V.M. (2024). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*. Volume 1 No. 8, Agustus 2024, 473 - 483
- Sasmita, J., & Mohd Suki, N. (2023). Young consumers' insights on brand equity: Effects of brand association, brand loyalty, brand awareness, and brand image. *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 43 No.3, hal.276–292.
- Shabrina, S.A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. Lisensi: Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International License (CC BY SA 4.0)
- Sianturi, I.A. (2025). Analisis Pengaruh Store atmosphere terhadap Purchase Decision dengan Customer Attitude dan Percieved Value sebagai Variabel Mediasi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Page 3198-3207 E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246
- Siburian, E. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Sepeda Motor Honda Pada Masyarakat Kelurahan Mangga, Medan. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
- Siswhara, G. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Instagram dan Event terhadap Repurchase Intention do Cenghar Kopi Kota. *Jurnal Tambora* E-ISSN: 2621-542X
- Sugiyono, (2023). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyanto, S., & Lestari, T. (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.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suwarno, J., & K. Prihartono, A. (2020). *Perdagangan Online (e-commerce) Cara Bisnis Internet*. PT. Elex Media Komputindo.
- Tansala, D. (2023). Pengaruh Store atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 8. No. 1, 2023 (p-ISSN 2338-9605; e-2655-206X)

- Tarigan, R. (2019). *Perencanaan Pembangunan Wilayah*, Edisi Revisi, Jakarta: Bumi Aksara,
- Tjiptono, F. (2021). *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi
- Utami, W. (2018). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijaya, D. (2024). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang: Peran Keputusan Pembelian. *Jurnal Simki Economic*, Volume 7 Issue 2, 2024, Pages 400-407 Available online at: <https://jipied.org/index.php/JSE> ISSN (Online) 2599-074
- Wijaya, D.S. (2024). Pengaruh Harga, Word Of Mouth Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Citra Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* e-ISSN: 2461-0593
- Yahya, U.W. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Menu, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Delicious Café & Hangout (DC) Di Kota Pariaman (Survey pada Generasi Milenial). Skripsi. Program Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Andalas Padang
- Yanto, R.T.Y. (2021). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Indihome PT. Telkom Indonesia Regional III Bandung. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* ISSN : 2087-3077 Volume 11, Nomor 2, September 2021
- Zahra, A.A. (2024). Pengaruh Store atmosphere Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada New Sudu Café. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)
- Zahroq, E.L. (2022). Analisis Penentu Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Shopee Generasi-Z. Vol.2 No.1 Juli 2022