

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1996). *Managing Brand Equity Capitalizing on The Value of A Brand Name*. New York: The Free Press.
- Afandi, M. F. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Giant Cabang Perintis Kemerdekaan Kota Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Amelia, R., Andrian, & Sumantyo, F. D. S. (2023). Dampak Store Atmosphere, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sociolla di Summarecon Mall Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2482–2501.
- Aprilianti, S., Salsabila, Y., & Riono, S. (2023). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , Harga , Serta Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlet Di Yogya Mall Brebes. *CiDEA Journal*, 2(2), 179–197.
- Azahari, A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis*, 1(4), 553–564.
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management A Strategic Approach* (Global Edi). United Kingdom : Pearson Education Limited.
- Fadhlurrohman, M., Supartono, & BR, K. (2023). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Inovasi Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Matahari Department Store Grand Mall Bekasi. *Jurnal Manajemen Unsera*, 9(1), 28–40.
- Farikha, D., & Samboro, J. (2024). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Miniso Mall Olympic Garden Kota Malang. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 18(1), 1–11.
- Fitriani, Robin, Jonathan, R., & Nurqamarani, A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Jeanne Arthes Parfum PT. Matahari Departement Store Mall Lembuswana Samarinda. *Research Journal of Accounting and Business Management (RJABM)*, 2(2), 199–212.
- Gaol, M. Y. L., & Waluyo, H. D. (2018). Pengaruh Lokasi, Merchandise, Dan Atmosfer Dalam Gerai Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Gelael Signature Mall Ciputra Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 7(4), 1–7.
- Garvin, D. (1987). *Managing Quality*. New York: The Free Press.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair JR, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). Pearson Pretice Hall, Inc.
- Handri, M. (2021). Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karunia di PT Matahari. *Literasi Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 80–89.
- Hartanto, R. (2019). *Brand And Personal Branding*. Denokan Pustaka.
- Hidayat, A., Triyani, D., & Prapti, L. (2019). The Influence Of Product Quality, Price Perception, And Brand Image On Furniture Purchase at PT. Jati City Furindo Jepara. *Economics & Business Solutions Journal*, 3(2), 67–80.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mile). Jakarta : Prenhalindo.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (1 ed.). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta : Erlangga.
- Latan, H., & Temalagi, S. (2013). *Analisis Mutivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung : Alfabeta.
- Lee, J. L., James, J. D., & Kim, Y. K. (2014). A Reconceptualization of Brand Image. *International Journal of Business Administration*, 5(4), 1–11. <https://doi.org/10.5430/ijba.v5n4p1>
- Lelet, P. S., Lumanauw, B., & Lintong, D. C. A. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Manzone di Matahari Megamall Manado). *Jurnal EMBA*, 10(1), 1590–1599.
- Levy, M., Weitz, B. A., & Grewal, D. (2018). *Retailing Mangement* (10 ed.). New York : Mc Graw Hill Education.
- Rahayu, B. S., & Saputra, O. A. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Throox Store Solo. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 54–64.
- Rasinta, N., Akhmad, K., & Rahmawati, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nevada Pada Matahari Departemen Store di Surakarta. *Edunomika*, 07(02), 1–15.
- Sofiyatuzzahro, Qomari, N., & Noviandari, I. (2021). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Brand “Crocodile” di Matahari Departemen Store Surabaya. *UBHARA Management Journal Volume*, 1(November), 242–254.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung : Alfabeta.
- Suryanto, V., & Handoyo. (2024). *Kuartal I-2024, Matahari Departement (LPPF) Raih Penjualan Rp 3,7 Triliun*. Kontan.co.id. <https://industri.kontan.co.id/news/kuartal-i-2024-matahari-departement-lppf-raih-penjualan-rp-37-triliun>
- Tiawulandari, A., Purnomo, A., & Ndruru, M. (2025). Dampak Citra Merek sebagai Determinan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa PT . BFI Finance Indonesia Tbk BSD Tangerang. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2), 16918–16927.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip dan Penerapan*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction* (edisi 5). Yogyakarta : Andi Offset.
- Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi Dengan SPSS*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8* (2 ed.). Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*. Yogyakarta : Deepublish.