

## DAFTAR PUSTAKA

- Berman,. et al (2018). *Retail Managament A Strategic Approach*, Edisi 13, Global Edition, UK: Pearson
- Pratiwi, N. P. S., & Kusyana, D. N. B. (2023). Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Toko Ritel dengan Store Atmosphere dan Kepuasan Pelanggan. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(1), 137-148.
- Asiska, S., et al. (2024). Pengaruh *Utilitarian Value, Hedonic Value, Browsing, Felt Urge To Buy Impulsively Terhadap Impulse Buying*. *Jurnal Marketing*, 5(1), 294-301.
- Burhan Bungin. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana.
- Ceic Data. (2024). *Indonesia Growth of Retail Sales Index: YoY: Total*. Diambil pada 5 November 2024, dari <https://www.ceicdata.com/en/indonesia/retail-sales-survey-growth-of-retail-sales-index/growth-of-retail-sales-index-yoy-total>
- Chandra, J., & Rodhiah, R. (2023). Pengaruh Utilitarian Dan *Hedonic Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi*. *Jurnal AKTUAL*, 21(1), 1–10. <https://doi.org/10.47232/aktual.v21i1.331>
- Dewi, N. K. P., & Putra, H. T. (2024). Pengaruh *Store Atmosphere dan Price terhadap Customer Loyalty* yang Dimediasi *Customer Satisfaction* di Transmart Bandung dan Cimahi. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains*, 13(1), 129-137.
- Faruq, M. A. A., et al. (2023). *Hedonic values and utilitarian values to improve behavioral intentions and consumer satisfaction on product*. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 5(3), 319-333.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan.
- Ferdinand, A. (2016). *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk skripsi* (Doctoral dissertation, tesis dan disertai ilmu manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro).
- Ghozali, Imam. (2017). *Model Persamaan Struktural AMOS 24*, Edisi 7, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2018). *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Godefroit-Winkel, D., et al. (2020). *Shopping Mall Values, Customer Satisfaction, and Loyalty: The Moderation of Education Level in Morocco*. In *Academy of Marketing Science Annual Conference* (pp. 653-654).
- Hair et.al., (2019). *Multivariate Data Analysis, Eighth Edition*. In Annabel Ainscow.
- Hardani, D., et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, ed. by Husnu Abadi. *Pertama* (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020).
- Hermawan, A., Nyoman, N., & Yasa, K. (2021). *The Effect of Store Atmosphere, Promotion, and Retail Service on Customer Satisfaction and Repurchase Intention*. *European Journal of Business and Management*, 13(8), 160–169. <https://doi.org/10.7176/ejbm/13-8-14>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo press.
- Irawan, H. (2021). *Prinsip kepuasan pelanggan*. Jakarta: Elex media komputindo, 54, 55.
- Irwinsyah, H., & Nurlatifah, H. (2020). *Analisis Pengaruh Brand Trust, Product Factor, dan Sales Promotion Terhadap Customer Loyalty Melalui Purchase Decision di Matahari Department Store*. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 19-28.
- Ivo, O. A., et al. (2022). *Pengaruh sale promotion dan store atmosphere terhadap impulsive buying dengan positive emotion sebagai variable intervening pada konsumen matahari department store yogyakarta*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 756-771.
- Kaunang, M. C. (2021). *Analisa Kepentingan Dan Kinerja Suasana Toko Di Matahari Department Store Manado Town Square*. *Manado: Universitas Sam Ratulangi. Jurnal EMBA*, 9(3), 1858-1866.
- Nur Khanifah, A., & Budiono, A. (2022). *Customer Loyalty Analysis Affected by Location and Promotion through Purchase Decisions and Customer Satisfaction*. *Ilomata International Journal of Management*, 3(3), 417–428. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v3i3.520>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edisi 15). Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Kotler, Philip dan Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Putra, R. K. (2024). *Tinjauan Pengaruh Store Atmosphere , Experiential Marketing dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tunas Nusantara , Indonesia*. 4(1), 1-8.

- Leindarita, B. (2020). Pengaruh *Utilitarian Value* Dan *Hedonik Value* terhadap Kepuasan Pelanggan Toserba Ridho di Bintan. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)* (Vol. 3, pp. 25-30).
- Makaba, K. A., et al. (2021). Pengaruh *Digital Marketing* dan *Merchandise Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan pada Departement Store. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 502-509.
- Matahari. (2024). Perusahaan - Tentang Kami - Tentang Matahari. Diambil pada 5 November 2024, dari <https://www.matahari.com/corporate/about-us>
- Maulidiah, E. P., et al. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727-737.
- Pamungkas, K. P., & Hidayati, R. (2021). Analisis Pengaruh Pemasaran Berbasis Pengalaman Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Matahari Department Store Klaten). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(3), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Pramita, M. W., & Danibrata, A. (2021). *Hedonic value* dan *utilitarian value* terhadap *customer satisfaction* serta dampaknya terhadap *behavior intentions*. *E-Jurnal Manajemen Trisakti School of Management (TSM)*, 1(1), 1-8.
- Prasetyani, H. (2022). Analisis Sistem Informasi Toko Online Matahari.com dengan Menggunakan Competitive Forces and Strategy. *Journal of Systems*, 2(2), 6–14. <http://e-journal.ivet.ac.id/index.php/jsitee>
- Prasyanti, P. A., et al. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 16-23.
- Putri, F. A., & Setyawan, A. A. (2022). *An Assessment of Consumer Shopping Behavior with A Hedonic and Utilitarian Approach to Modern Retail. Proceedings of the International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022)*, 655(Icoebs), 267–272. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220602.035>
- Putri, F. K., et al. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Matahari Department Store di Mantos 2. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1).
- Ramadhan, G., & Bahrudin, U. (2020). *The Influence Of Shop Scene And Sales Promotion On Purchase Decisions On Ramayana Department Store In Serang. Amal Insani (Indonesian Multidiscipline of Social Journal)*, 1(1), 37-51.

- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Jember: Hikam Pustaka.
- Rijali, N. F., & Rahmawati, E. (2022). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Owners Store Tanjung Tabalong. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 43. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13123>
- Ela Febriani, Hendri Sucipto, & Roby Setiadi. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 286–299. <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.892>
- Ruslim, T. (2023). *Hedonic Value* Dan *Utilitarian Value* Sebagai Prediktor Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Mediator. *Manajemen Dewantara*, 7(1), 155-165.
- Safitri, N., et al. (2020). Analisis Suasana Toko, Potongan Harga Dan Penataan Produk Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 261-270.
- Santoso, S. (2018). *Konsep dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 24*. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. *ALFABETA*.
- Sulaiman, Suriadi, Pratama, A., Veronika, & Agusthera, D. D. (2020). *Analysis of the effect of store atmosphere and store image and store location on customer loyalty through purchase decision customer Matahari department store in Samarinda city*. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 3508–3513.
- Tjiptono, F. (2019a). Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, 103.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wicaksono, D. A. (2022). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis). *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 504-509.
- Yusnara, R. I., & Soepatini, S. (2023). *Utilitarian, hedonic, and social values on customer loyalty: mediating role of customer satisfaction*. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(2), 296-316.