

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, N. (2021). *Theory of Planned Behavior*. Brimedia Global.
- Akbarov, S. (2020). The Impact of Social Media Marketing on Consumer—Moderating Role of Gender and Income. *Scholedge International Journal of Multidisciplinary & Allied Studies ISSN 2394-336X*, 7(7), 147.
<https://doi.org/10.19085/sijmas070701>
- Alkharabsheh, O. H. M., & Zhen, B. H. (2021). *The Impact of Content Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process*. 1(1).
- Arkam, M. M. (2020). Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan. *PERFORMA*, 5(1), 17–25.
<https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1293>
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SOSMED CAFE ABDULLAH LUBIS MEDAN. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1–15.
<https://doi.org/10.54367/jmb.v21i1.1182>
- Faruq Ar Rasyad, F., Hendrati Dwi Mulyaningsih, & Rezi Muhamad Taufik Permana. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.3858>

- Mega Ningrum Suwarno Putri, Robiansyah, & Heni Rahayu Rahmawati. (2022). *The effect of instagram marketing and store image on purchase decision with gender as moderating variable.*
- Nim, M. I. A. (n.d.). *(Survey Pada Karyawan Wardah Cosmetics).*
- Pradana, N. R. (2019). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN RESPON ANAK SEBAGAI VARIABEL MODERATOR (Studi pada Keluarga Konsumen Toko Ritel di Yogyakarta. 16(Volume 16, Nomor 2, 2019).*
- Prakoso, C. (2020). *Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram, Store Atmosphere dan Cita Rasa Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Ayam Geprek Juara di Rawamangun. 01, 13.*
- Pratama, D. F. (2019). *Pengaruh Gender Terhadap Pengambilan Keputusan di Lingkungan Kerja. 3(3).*
- Putri, A. H. (2023). *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kecamatan Koto Gasib. 1(Vol. 1 No. 1 (2023): Maret).*
- Sampurna, J. I. (2019). *Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri.*
- Saputra, M., Sari, N., Wahyuningsih, Y., & Lislindawati, L. (2023). *KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GENDER PRIA DI E-COMMERCE. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 7(3), 1527–1545.*
<https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3558>