

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Assidiki, Z., & Budiman, A. N. (2023). The Influence of Price, Promotion, Product Quality, and Consumer Satisfaction on Purchasing Decisions of HAUS!. *Research of Business and Management*, 1(1), 21-31.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang Oleh. *Jurnal Ilmu Sosial (Jisos)*, 1(2), 85–104.
- Berman Barry., & Joal. R. Evans (2017). "Retail Manajemen, 12th Edition". New Jersey: Pearson Education Limited.
- Budi, A., Priyatna, E. H., & Taufik, R. F. A. N. (2022). Pengaruh Pelayanan Sistem Online Dan Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Budiman. *Dynamic Management Journal*, 6(1), 42-54
- Cahaya Mustika, V., & Purwanto, H. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Samudra Swalayan Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4, September 2022*. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3401/2712>
- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25-42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>.
- Dwi Nurhayati. (2024). *Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pot Bunga Pada Umkm Deva Jaya Di Desa Menongo Lamongan*.
- Dwi Putra Hendro Ariantoro & Budhi. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, *Store atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–23.
- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 3(2), 266. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i2.937>
- Erica Sophiyanti, Anita Sumelvia Dewi, & Angga Permana Mahaputra. (2023). Pengaruh *Store atmosphere*, Persepsi Harga, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Pamenang Pagu Kediri. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(6), 290–308. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i6.367>
- Erizal Nazaruddin, Firlu Mawadda, Riska Maharani, Rezki Eza Marwan, F. H. (2024). Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di MR. DIY Kota Payakumbuh. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, September 2024, 10 (18), 400-409, 10(18), 400–409*.
- Essardi, N. I., Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2022). Service quality, product diversity, store atmosphere, and price perception: Determinants of

- purchase decisions for consumers at Jumbo Supermarket. *Journal of Marketing and Business Research (MARK)*, 2(2), 95-104.
- Fandy, T. (2019). *Marketing, Management Of Distribution/Marketing*. Andi.
- Febriani, E., Sucipto, H., & Setiadi, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Kita Bersama Swalayan Bulakamba). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 286-299.
- Ferdyanto, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Perusahaan Ritel di Jakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 279-284.
- Ghozali, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 117–127. [Http://Jurnal.Imsi.Or.Id/Index.Php/Jmmib/Article/View/12](http://Jurnal.Imsi.Or.Id/Index.Php/Jmmib/Article/View/12)
- Globaldata. (2023). Home And Garden Retailing In South Africa - Sector Overview, Market Size And Forecast To 2025. In *Globaldata*.
- Gosaroh, R., R. D. S., & D, A. S. (2023). Pengaruh *Store atmosphere*, Kelengkapan Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Prasanthi Sumberkepuh Nganjuk. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(5), 120–130.
- Hadi, A., Cahyani, R. R., & Mutiasari, A. I. (2024). The influence of promotion, service quality, and pricing on purchase decisions at Assalaam hypermarket. *Journal of Management Science (JMAS)*, 7(3), 552-557.
- Hapsari, F. A. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kelengkapan Produk Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Gudang Kosmetik Purwokerto. *Universitas Islam Negeri Prof. Kh Saifuddin Zuhri*.
- Harahap, A. R., Zebua, Y., & Al Ihsan, M. A. (2023). The Effect of Service Quality, Product Quality, Promotion and Price on the Purchase Decision of Motorcycles in the Indah Sakti Showroom. *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(3), 532-543.
- Hulima, J. S. P., Soepono, D., & Tielung, M. V. . (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 1167–1177. [Https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Emba/Article/View/34362/32290](https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Emba/Article/View/34362/32290)
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Intan, A., Rahmawati, D., & Sari, M. (2021). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 40–50.
- Irawanti, G. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Toko Dan Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Kelontong “Anda”. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 89-101.
- Kapriani, & Kurniaty. (2020). Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Toko New Agung Alat Tulis Dan Kantor Di Makassar. *Al-Buhuts (E-Journal)*, 16 No.2, 71–

90.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler & Keller. (2016). Marketing Management. In *Journal Of Marketing* (Vol. 37, Issue 1). <https://doi.org/10.2307/1250781>
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Mamonto, Y., Ahmad, R., & Kadir, S. (2021). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 134–145
- Minarti, M. S., & Nainggolan, N. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4, 210-217.
- Mustika, V. C., Purwanto, H., & Apriyanti, A. (2022, October). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Samudra Swalayan Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Mutiari, M. T., Samsudin, A., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal Of Management And Business (JOMB)*, 4(1), 108-114.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan N, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Jurnal Ecobisma*, 7(1), 43-53.
- Nazaruddin, E., Mawadda, F. P. T., Maharani, R., Marwan, R. E., & Hanif, F. E. (2024). Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di MR. DIY Kota Payakumbuh. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(18), 400-409.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan N, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Jurnal Ecobisma*, 7(1), 43-53.
- Nisa, R. K., & Hartiningtyas, L. K. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan *Store atmosphere* Terhadap Minat Konsumen Pada Coffee Shop Warkop Nonik Tulungagung. *Budgeting: Journal Of Business, Management And Accounting*, 5(1), 259–271. <https://doi.org/10.31539/Budgeting.V5i1.7051>
- Nurul Saadah, F., Syahrul Alim, & SBR, K. (2023). Pengaruh *Store atmosphere*, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Miniso Store Mall Lippo Cikarang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1254–1264. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V9i4.1278>
- Permatasari, R., & Erdkhadifa, M. (2022). *Pengaruh store atmosphere, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen*. *Jurnal Ekonomi dan*

- Bisnis, 15(1), 45–56
- Purnama, A. S., Anggraeni, R., & Hidayat, R. (2022). *Pengaruh kelengkapan produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 215–227
- Rahadhini, N., Utami, S., & Pratama, R. (2022). Pengaruh kelengkapan produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(3), 215–225
- Rambe, A. I. S., Rahma, T. I. F., & Syarvina, W. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Kue Dapur Daya Tanjungbalai. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(2), 145-163.
- Rasyiddin, A., Rini, E. S., & . F. (2022). The Influence Of Service Quality, Product Quality, Price And Promotion On Ayampenyet Jakarta (Apj) Purchase Decisions On Sm Raja Medan Branch. *International Journal Of Research And Review*, 9(1), 392–398. <https://doi.org/10.52403/Ijrr.20220146>
- Rayuwati, R., Yustisar, M., Gemasih, H., & Eliyin, E. (2022). The Influence Of Price, Store Atmosphere And Food Product Quality On Buying Interest At Tootor Coffee Takengon. *International Journal Of Science, Technology & Management*, 3(4), 1129-1143. <https://doi.org/10.46729/ijstm.V3i4.580>
- Ristin, G. Pengaruh Store Atmosphere, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Prasanthi Sumberkepuh Nganjuk. *Journal Prodi Manajemen*.
- Ritonga, Z., Harahap, E., & Harahap, A. (2020). The Influence Of Brand Community Products, Promotions, *Store atmosphere* And Price On Consumer Purchasing Decisions At PT Asia Jaya Properti. *Internasional Journal Of Innovative Science And Research Technology*, 5(5), 396–402. <https://www.ijisrt.com/assets/upload/files/IJISRT20MAY079.pdf>
- Rizkyani, M. A., & Anggraeni, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kemasan, Dan *Store atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Hokben. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 482-487.
- Rori, H., Anita, A. N., Mayang, T., Faisal, A., & B, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Pada Toko Ananda Cileduk Kota Tangerang. *Jurnal PERKUSI: Pemasaran, Keuangan, Dan Sumber Daya Manusia*, 2(3), 341–349.
- Rumra, A. (2022). Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Ambon: Studi Kasus Pada Ritel Modern Indomart Di Desa Batu Merah Kota Ambon. *Hipotesa: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 16(1), 1-17.
- Saadah, F. N., Alim, S., & Kurbandi, S. B. R. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Miniso Store Mall Lippo Cikarang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(4), 1254-1264.
- Sari, C. T. P. (2023). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Nasional Kitchen Di Kota Kupang* (Doctoral dissertation, UPN" Veteran" Jawa Timur).
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*.

- Daerah Istimewa Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Sekaran, Uma., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach* (7th Ed). United Kingdom: Wiley.
- Sophiyanti, E., Dewi, A. S., & Mahaputra, A. P. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga, dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Swalayan Pamenang Pagu Kediri. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 1(6), 290-308.
- Srisusilawati, P. (2020). *Kualitas Pelayanan dan Strategi Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah* (W. Kurniawan (ed.); Edisi Pert). CV. Pena Persada.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Thabroni, G. (2022). *Service Quality: Definition, Indicators, Dimensions, Factors & Principles*. Thabroni, Gamal. <https://serupa.id/kualitas-pelayanan-pengertian-indikator-dimensi-faktor-prinsip/>
- Tjiptono. (2017). *Pemasaran Jasa* (1st Ed). Yogyakarta: Deepublish
- Triadi, N., & Setiawan, H. (2024). Pengaruh Product, Price, Promotion, Place Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Taman Kelun Madiun. *SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 6(September 2024), 13. <https://Prosiding.Unipma.Ac.Id/Index.Php/SIMBA/Article/View/6282/4987>
- Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi Bauran Pemasaran (Pemasarantional Mix) Selama Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. (B. Kurniawan, & S. Fatimah, Eds.) Papingan, Depok, Caturtunggal, Sleman, DI Yogyakarta
- Utama, P. A., & Marlina, N. (2021). Dampak Tarif serta Pemasaran Penjualan Selama hal Keutusan Pembayaran Bahana Keperluan Pokok di Gerai ritel Jalan Taruna No 40, Sritanjung, Wage, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. *Pendidikan Tata Niaga*, 9, 1370-1376
- Widia, N., Sulistyandari, & Nofirda, F. A. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Guardian Store Pekanbaru. *Muhammadiyah Riau Accounting And Business Journal*, 3(1), 021–029. <https://doi.org/10.37859/Mrabj.V3i1.2768>
- Wijayanti, R., & Lestari, S. (2023). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 15(1), 12–25
- Yuliani, N. K. D., Mitariani, N. W. E., & Atmaja, N. P. C. D. (2021). Pengaruh Store atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada toko fashion Dewa Ayu Shop Klungkung. *Emas*, 2(1).