

DAFTAR PUSTAKA

- Ardila, Tety Yunistri. (2015). Pengaruh Lokasi, *Store atmosphere*, Promosi dan
- Berman, Berry & Evans, Joel R. (2010). *Retail Management: A Strategic Approach. 8th Edition*. Upper Saddle River: Prentice Hall International, Inc.
- CEIC. (2021). Indonesia Pertumbuhan Penjualan Ritel. <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-sales-growth> (Diakses pada 18 November 2021 pukul 13.00).
- Cynthia.D, Hermawan.H, & Izzudin,A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo*. Vol 9 (1). 104-105.
- Dangnga, M.T., Ferdiansyah, Y. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Pada PT Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar. *Jurnal Ekonomi*. Vol 6.(2). 219-223.
- Dessyana. (2013). Store Atmosphere Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado. *Jurnal Emba*. Vol. 1 (3).846.
- Dewi, M.S. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Desain, dan Fitur Terhadap Keputusan pembelian Konsumen Mobil Honda Freed pada PT. Prospect Motor, Cikarang. *Skripsi*.
- Djemari Mardapi. (2008). *Teknik Penyusunan Instrumen Tes Dan Nontes*. Yogyakarta. Mitra Cendikia Press
- Ervindari, Fransiska Novi. (2018). Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan pembelian Ulang Konsumen (Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta). *Skripsi*.
- Firdaus, F. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Pasar Sidomoro Gresik (Studi pada Masyarakat Gresik).*Skripsi*.
- Firdaus, Q., & Suhaeni, T. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan pembelian (Studi Pada Konsumen Oronamin C di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 6(2), 64-71. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v6i2.2218>.
- Ghozali, Imam. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Cetakan kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro:Semarang.

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 23. Cetakan kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro:Semarang.

Hadyan, R. (2020). *Industri Ritel Diprediksi Tumbuh Lebih Baik*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200128/12/1194484/industri-ritel-diprediksi-tumbuh-lebih-baik> (Diakses pada 19 November 2021 pukul 10.00).

Handayani, Anita., Aufo, Muhammad., Rahmi, V.A., & Vilantika, Elok. (2021). *Pedoman Penulisan Proposal & Skripsi Edisi Revisi 2021*. Gresik.

Hendrayani. (2019). Pengaruh Suasana Toko (*Store atmosphere*) Terhadap Keputusan pembelian Konsumen di Planet Surf Mall Panakukang Makassar. *Jurnal Economic* 7 (1). 37-47.

Katarika, Dita Murinda & Syahputra. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop di Bandung. *Jurnal Ecodemica* 1 (2). 162-171.

Kotler, Philip & Armstrong, Gary.(2005). *Dasar-dasar Pemasaran*.Jakarta: Prehallindo.

Kotler & Keller. (2007).*Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks

Kotler & Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

Kumpanan. (2021). Cara Menentukan Jumlah Sampel Jika Populasi Tidak Diketahui. <https://kumpanan.com/berita-hari-ini/cara-menentukan-jumlah-sampel-jika-populasi-tidak-diketahui-1wJhZTK7RaX>. (Diakses pada 19 November 2021 pukul 15.00).

Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani, (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta:Salemba Empat.

Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.

Ma'ruf, Ali. (2017). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Konsumen (Studi pada Toko Kripik Sawangan Purwokerto). *Skripsi*.

Maulidina, Nita A. (2017). Pengaruh Harga, *Store atmosphere*, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Giant Ekspres Supermarket.*Skripsi*.

Nurhayati, Siti. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Manajemen Akuntansi*. Vol.4 (2). 256-269.

- Said, A.A. (2021). *Mobilitas Perdagangan Ritel Melonjak dari Masa Sebelum Pandemi*. <https://katadata.co.id/yuliawati/finansial/617f78e3f237d/mobilitas-perdagangan-ritel-melonjak-dari-masa-sebelum-pandemi> (Diakses pada 18 November 2021 pukul 13.02).
- Saputra, Muhammad Candra. (2018). Analisis Pengaruh Variabel *Store atmosphere* (Suasana Toko) Terhadap Keputusan pembelian Ulang Pada Kopi Merapi. *Jurnal Fokus* 8 (1). 99-118.
- Sindonews. (2015). Pertumbuhan Ritel Indonesia Peringkat 12 Dunia. <https://ekbis.sindonews.com/berita/1007773/34/pertumbuhan-ritel-indonesia-peringkat-12-dunia> (Diakses pada 18 November 2021 pukul 13.05).
- Situngkir, M.B., Rahayu, Y.I., Zulkifli. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere*, Ketersediaan Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Meteor Cell di Jalan Gajayana Kota Malang). *The 2nd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021)*. 175-183.
- Suarjana, I.K., Suwendra, I.W., Yulianthini, N.N . (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Kecamatan Tampaksiring – Gianyar. *E-Journal Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol (9), 43-46.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suryowati, E. (2020). Industri Ritel Bidik Pertumbuhan 4,5 Persen Tahun Depan. <https://www.jawapos.com/ekonomi/bisnis/26/12/2020/industri-ritel-bidik-pertumbuhan-45-persen-tahun-depan/> (Diakses pada 19 November 2021 pukul 11.00).
- Utami, Sari. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas, Harga dan *Islamic Branding* Terhadap Keputusan pembelian Produk Kosmetik Halal (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Publikasi Ilmiah*..
- Yuli, (2021). *7 Jenis Bisnis Ritel Berdasarkan Klasifikasinya*. <https://dosnekonomi.com/bisnis/jenis-bisnis-ritel>. (Diakses pada 19 November 2021 pukul 11.15).