

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Parlaungan Nasution and Denny Ammari Ramadhan. (2019). EFFECT OF COMPETITIVE PRICES, COMPLETENESS OF PRODUCTS, AND LOCATIONS ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS AT METRO ELECTRONICS & FURNITURE RANTAUPRAPAT. *BMC Public Health*, 5(1), 1–8.
- Albar, K. (2020). Pengaruh Retail Mix terhadap Keputusan Pembelian pada Sarikat Jaya Swalayan Gresik. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi* ..., 02(01), 32–59. <http://ejournal.steikassi.ac.id/index.php/111/article/view/18%0Ahttps://ejournal.steikassi.ac.id/index.php/111/article/download/18/3>
- Ambarwati, Rachma, & Rahman. (2015). Pengaruh Pemilihan Tata Letak Produk, Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Royal ATK ( Studi Kasus Mahasiswa FEB Angkatan 2016 Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 3, 1–31.
- Aminullah, R., Suharto, A., & Diansari, T. (2018). Pengaruh Harga Lokasi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 204. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1762>
- Ansari Harahap, D., Amanah, D., & Fauzia Agustini, dan. (2018). Harahap, Amanah dan Agustini: Effect of Product Completeness and Price Effect of Product Completeness and Price on Consumer Purchasing Decision in SMEs Market Medan. *Jurnal Manajemen*, XXII(01), 47–61.
- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Bsd Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), 29–36. <https://doi.org/10.32493/jee.v3i1.7272>
- Aswir, & Misbah, H. (2018). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Photosynthetica*, 2(1), 1–

13. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76887-8>  
<http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-93594-2>  
<http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-409517-5.00007-3>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jff.2015.06.018>  
<http://dx.doi.org/10.1038/s41559-019-0877-3>

Dandi, L., Afwa, A., & Hasan, H. (2023). the Influence of Store Atmosphere and Social Media Promotion on Purchase Decisions At Coffee Shop in Pekanbaru (Case Study Rehat Coffe). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 158–166. <https://doi.org/10.31846/jae.v11i1.590>

Delimah Pasaribu, V. L. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'Cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 156–167. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.23740>

Diawan, N. S., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2016). THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE ON PURCHASE DECISION AND IT ' S IMPACT ON CUSTOMER ' S SATISFACTION ( Case study on Indomaret Customers JL . Raya Tlogomas No . 37 , Malang ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30(37), 8–16.

Djutmiko, T., & Pradana, R. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.009>

Dwifa, F., N. Rachma, & M. Hufron. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Promotional Mix Terhadap Keputusan Pembelian Barang Di Distro. *Jurnal Riset Manajemen*, 551, 146–160. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)

Elly, R. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(February), 7–12.

Fabiana Meijon Fadul. (2019). 濟無No Title No Title No Title. 2(2), 125–138.

- Foster, B. (2008). *Manajemen Ritel*. Cetakan Kesatu. Alfabeta. Jogiyanto.
- Ghanimata, Fifyanita. 2012. *Analisi Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. *Diponegoro Journal Of Management*. Volume 1, Nomor 2, Tahun 2012. Diunduh dari: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>. Diakses pada: 23 April 2018.
- Hedrick, Natalie, Harmen Oppewal, Michael Beverland. 2002. "Store Atmosphere effects on Customer Perceptions of the Retail Sales Person". h:96-97
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Hidayat, R., & Sujud, A. (2019). Pengaruh Atmosfer Toko, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Planet Ban Margonda Raya, Depok. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(1), 17–29. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v15i1.641>
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1757>
- James F Engel, 2010, *Perilaku Konsumen Jilid I Edisi Keenam*, Jakarta: Bina Rupa Aksara
- Jaya, H. S., & Suparna, G. (2018). Pengaruh Atmosfer Toko Dan Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Temday Store Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(6), 2887. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i06.p02>
- Juharsah, & Hartini. (2019). *The Influence of The Store Atmosphere on Purchasing Decisions on Consumers of Mini Markets in The City of Kendari*. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 21(6), 94–99.

- Jocelyn, J., & Amelia, A. (2022). Analysis of the Impact of Place and Promotional Strategies of Marketing Mix towards Consumer Purchase Decision in Marutama Ramen. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 7(1), 93–106. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i1.16008>.
- Katarika D. Merinda dan syahputra. 2017. Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada coffe shop Bandung. *Jurnal Ecodemica* 1 (2).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). In Global Edition.
- Levy, Michael., Weitz, Barton A., dan Dhruv Grewal. (2014). Retailing Management - 9th edition. New York: McGraw-Hill Inc.
- Levy, Michael and Barton Weitz. 2007. Retailing Management. Internasional Edition. New York: McGraw-Hill.
- Laily Istiqomah, 2022. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Interveing Pada Toko Sk Mart Di Kecamatan Jangkar. *Laily Istiqomah, Siti Soeliha, Risa Ayu Pramesthi*, 2022, 1(4), 854–866. [lailyistiqomah24@gmail.com](mailto:lailyistiqomah24@gmail.com)
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analysis Of Service Quality, Product Completeness, And Price On Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 45(1), 45–58. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>
- Maretha, V., & Kuncoro, E. A. (2011). Pengaruh Store Atmosphere dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Buku Gramedia Pondok Indah. *Binus Business Review*, 2(2), 979.

<https://doi.org/10.21512/bbr.v2i2.1241>

Ma'ruf, Hendri, "Pemasaran Ritel", Gramedia Pustaka, Jakarta, 2006. 58.

Masibbuk, I., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2019). The Effect Of Product Completeness, Service Quality And Layout On Purchasing Decision (Case Studies On The Golden Supermarket In Manado). *411 Jurnal EMBA*, 7(1), 411–420.

Merek, P. C., Kelengkapan, D. A. N., Rosmaniar, A., Wandoyo, R., Kusuma, A., & Sanjaya, V. F. (2020). ( *Study Kasus Swalayan Chandra Tanjung Karang* ). *1(2)*, 107–113.

Mujahid, A. (2017). Labelisasi Halal, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah. *Manajemen Dan Bisnis*, 5(5), 1–23.

Nasruddin. (2020). *Pengaruh Faktor Lokasi, Kelengkapan Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pembelian Ulang Konsumen*. 130–145.

Nasution, A. P., & Ramadhan, D. A. (2019). Effect of Competitive Prices, Completeness of Products, and Locations on Consumer Purchasing Decisions at Metro Electronics & Furniture Rantauprapat. *SSRN Electronic Journal*, July. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3412703>

Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54. <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>

Novendra H, D., Verinita, & Masykura, I. (2019). The Effect of Store Atmosphere on Revisit Intention that is in Mediation by Customer Satisfaction ( Survey on Padang Bioderm Clinic Consumer ). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(4).

Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas

- Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.
- Permana, J., & Adji, W. H. (2021). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian DI Khanza Barokah Minimarket. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, Vol.5(No.2), 1692–1701.
- Philip Kotler. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Rafsanjani, A, S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Menciptakan Minat Mereferensikan, Diponegoro Jurnal Of Manajemen, 6 (1) 1-14.
- Rizky, S. A., Waluyo, H. D., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 879–889. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29871>
- Rofik, M., & Abrar, U. (2019). Peningkatan Kualitas Layanan, Kelengkapan Produk Dan Citra Perusahaan Sebagai Upaya Memaksimalkan Kepuasan Konsumen Pada Toko El Malik Kabupaten Sumenep. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 9(2), 43–59. <https://doi.org/10.24929/feb.v9i2.791>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Situngkir, M. B., & Rahayu, Y. I. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Ketersediaan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *The 2 Nd Widyagama National Conference on Economics and*

*Business (WNCEB 2021) Universitas Widyagama Malang* , 2(Wnceb), 174–183. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB>

Solihin, D. (2021). The Influence Of Brand Image And Atmosphere Store On Purchase Decision For Samsung Brand Smartphone With Buying Intervention As Intervening Variables (Study on Samsung Experience Store Karawaci Customers). *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262–270. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.30847>

Store, P., Dan, A., Harga, P., Minat, T., Manado, K., Bataha, E. M., Mananeke, L., Ogi, I. W. J., & Ratulangi, U. S. (2020). *Article info*. 7(1), 127–138.

Suwarman, U. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi 2. Ghalia Indonesia. Bogor.

Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23496.21-27>

Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.328>.

Utami, C. W. 2012, *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat.

Utami, Christina, Whidya. 2017. *Manajemen Ritel. Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 510–521. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14169>

Wicaksono, I. B. A., & Kahfi, R. T. (2019). Analisis Dan Usulan Strategi Bauran Ritel Food Truck di Kota Bandung. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11(1), 22–43. <https://doi.org/10.28932/jam.v11i1.1540>

Widyastuti, P. (2018). Does visual merchandising, store atmosphere and private label product influence impulse buying? Evidence in Jakarta. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(3), 140–148. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v12is03/art-12>

