

## DAFTAR PUSTAKA

### *Journal dan E-book*

- Afriani. 2021. “*Electronic Word Of Mouth, Celebrity Endorsement dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Online Shopee dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Untuk Pengguna Aplikasi Shopee.* <https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/view/1888>
- Andrian, Indra, C., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). [http://repository.ubharajaya.ac.id/20364/1/BUKU PERILAKU KONSUMEN %28ANDRIAN dkk%29 %282%29.pdf](http://repository.ubharajaya.ac.id/20364/1/BUKU%20PERILAKU%20KONSUMEN%28ANDRIAN%20dkk%29%282%29.pdf)
- Astaki, N. P. D. P. P., & Purnami, N. M. (2019). Peran *Word Of Mouth* Memediasi. *ABA Journal*, 88(MAR./JUL.), 26–27. <https://media.neliti.com/media/publications/387243-none-5a95d7c6.pdf>
- Erviani, & Arifin, K. (2023). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Minimarket Citi Mart Mabuun. *Jurnal Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 6(1), 161–171. <http://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB/article/view/746/602>
- Fandi, & Juwita, R. (2022). Pengaruh Motivasi, Persepsi, Kepercayaan dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Netflix Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(2), 142. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/prmm/article/view/2316/707>
- Firmansyah, D. M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Jurnal Agora*, 5 No.(september), 5–299. <https://www.academia.edu/37610166/>
- Gosaroh, R., Rusandi, S. D., & D, A. S. (2023). Pengaruh *Store Atmosphere*, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Prasanthi Sumberkepuh Nganjuk. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial Volume*, 01(05), 50–60. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/226/217>
- Halim, J. M., Soeprapto, V. S., & Julianto, E. (2023). Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian di Groen Kopi. *JURNAL MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA*, 6(2), 2023. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/61975/26654>
- Hammammukti, G., Widiartanto, & Saryadi. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, *Word Of Mouth*, Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sana Jakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 698–708. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/38470>
- Haque-Fawzi, M. G., Ahmad, S., E, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori, dan Implementasi.*

[https://ebooks.gramedia.com/id/buku/strategi-pemasaran-konsep-teori-dan-  
implementasi](https://ebooks.gramedia.com/id/buku/strategi-pemasaran-konsep-teori-dan-implementasi)

- Haryanto, K. G., & Aquinia, A. (2023). Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Kota Semarang. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(July), 1–23.  
<https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/JOMB/article/view/6962/4404>
- Indrasari, & Bachri. (2021). *Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mr. Dav Coffee Shop Palu* (Vol. 7, Issue 1).  
<https://jimutuntad.com/index.php/jimut/article/view/215>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.  
[http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN\\_DAN\\_KEPUASAN\\_PELANGGAN.pdf](http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN.pdf)
- Jacobus, T. S. W., Lumanauw, B., Kawet, R. C., Produk, P. K., Terhadap, D. A. N. P., Sonia, T., & Jacobus, W. (2022). Pengaruh kelengkapan produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada *freshmart superstore* bahu manado di masa pandemi *COVID-19*. *10*(4), 95–105.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/42492/40009>
- Jecky, & Erdiansyah, R. (2021). Pengaruh Iklan Media Elekteronik dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, *1*(3), 301–317.  
<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/10199>
- Joesyiana, kiki. (2018). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, *4*(1).  
<https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/download/2534/1444>
- Kurniawati, D., Pertiwi, R. E., Alkaf, F. T., & Sinaga, L. (2022). Pengaruh *Word Of Mouth* (Wom) Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Melalui Brand Image. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, *6*(1), 76–86.  
<https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jrb/article/view/3520>
- Marlius, D., & Mutiara, M. (2022). Pengaruh Merek, Harga, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Smartphone Oppo pada Rindo Cell di Surantih Kecamatan Sutera Kabupaten Pesisir Selatan). *Jurnal Economina*, *1*(4), 768–783.  
<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/169>
- Muhammad, N. (2023). *Indomaret, Toko Retail dengan Gerai Terbanyak di Indonesia pada 2022*. Databoks.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/24/indomaret-toko-retail-dengan-gerai-terbanyak-di-indonesia-pada-2022>
- Muliyati, M. M. (2023). Perencanaan Komunikasi Pemasaran. In *Komunikasi*

*Pemasaran.*

[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=-ammEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA20&dq=komunikasi+pemasaran+dalam+meningkatkan+penjualan&ots=pFksHVJ7N1&redir\\_esc=y#v=onepage&q=komunikasi+pemasaran+dalam+meningkatkan+penjualan&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=-ammEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA20&dq=komunikasi+pemasaran+dalam+meningkatkan+penjualan&ots=pFksHVJ7N1&redir_esc=y#v=onepage&q=komunikasi+pemasaran+dalam+meningkatkan+penjualan&f=false)

- Mumu, S. (2014). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kfc Girian. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97–108. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/biemr/article/view/152>
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS GLOW. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 50–57. <https://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/36>
- 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://journal.lembagakita.org/index.php/jemsi/article/view/1278/933>
- Pasaribu, V. L. D. (2020). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'Cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 156–167. <https://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/article/view/23740/pdf>
- Rabbani, D. B., Desak, N., Santi, M., Sari, Y. P., Haryanti, I., Santoso, M. H., Ardani, W., & Salehan. (2022). *Komunikasi pemasaran*. [http://repo.ppb.ac.id/286/1/E-Book\\_Komunikasi\\_Pemasaran\\_Des\\_2022\\_compressed.pdf](http://repo.ppb.ac.id/286/1/E-Book_Komunikasi_Pemasaran_Des_2022_compressed.pdf)
- Rahamadanti, Buhaerah, & Yulianto. (2020). Analisis Kelengkapan Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen. *MACAKKA JOURNAL*, 1(1). <http://ojs.stkip-ypup.ac.id/index.php/SE/article/view/461>
- Rosita, A. D., & Purwanto, H. (2023). Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Tani Saradan Kabupaten Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 5*, 5(September 2023). <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/4832/3678>
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148–158. [https://scholar.google.co.id/scholar\\_url?url=https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/download/1613/1](https://scholar.google.co.id/scholar_url?url=https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/download/1613/1)
- Tasya, C., Sari, Pt. E. of S. A. and P. C. on P. D. at the N. K. S. in K. C. P. S. A. dan K. P. terhadap K. P. P. T. N. K. di K. K., & Dermawan, R. (2023).

Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Nasional Kitchen Di Kota Kupang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2666–2674.

<https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/2133/1244>

Titing, A. S., Ismanto, & Wahyuni, T. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe The Scoop Di Kabupaten Kolaka. *Journal of Economics and Business Management*, 2(4). <https://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/Transformasi/article/view/1117/1008>

Tri prasetya, B. V., Farida, U., & Wijianto. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga (Studi Kasus Konsumen Tukul Sport Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 7(1), 156–169. <https://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant/article/view/2031/778>

Wibowo, M. A., Pramutoko, B., & Evasari, A. D. (2023). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan Permai Baru Brenggolo. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(10), 30–40. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22382>

Yacob, S. (2017). *Eksis di Bisnis Ritel*. [https://repository.unja.ac.id/11956/1/Eksis di Bisnis Ritel Strategi Melejitkan Daya Saing Minimarket Modern Buku Syahmardi Yacob.pdf](https://repository.unja.ac.id/11956/1/Eksis%20di%20Bisnis%20Ritel%20Strategi%20Melejitkan%20Daya%20Saing%20Minimarket%20Modern%20Buku%20Syahmardi%20Yacob.pdf)

### **Buku**

Berman, Barry & Evans, Joel R. 2014. *Retail Management Edisi 12*, Alih Bahasa Oleh Lina Salim. Jakarta : Pearson.

Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran : Dasar dan Konsep*. Qiara Media Nusantara. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media Nusantara

Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. (10<sup>th</sup> ed). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15<sup>th</sup> ed.). Global Edition. Pearson Education

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2<sup>nd</sup> ed.). Bandung: ALFABETA

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2019. *Service, Quality and Customer Satisfaction* (5<sup>th</sup> ed.). Yogyakarta : ANDI

Manullang, M dan Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta : Indomedia Pustaka.

**SKRIPSI**

Afandi, M. F. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Giant Cabang Perintis Kemerdekaan Kota Makassar*. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar.

Ardiansyah, E . 2020. *Pengaruh Kelengkapan Produk, Suasana Toko (Store Atmosphere), dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar*. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri SultanSyarif Kasim Riau.

Asia, N . 2023. *Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bagi Konsumen Alfamart Di Lembang Kabupaten Pinrang*. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Negeri ParePare

