

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Agustina, Y. (2019). Pengaruh Harga, Promosi dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Kota Batam. *Skripsi*. Batam: Universitas Putera Batam.
- Amalia, S., & Nst, M. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*.
- Arif, A. Z. (2017). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Pabean Surabaya.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek ( Brand Image) dan Kepercayaan merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty ) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, II(1).
- Blitar, D. K. (2022). *Penyusunan Incremental Capital Output Ratio (ICOR) Kabupaten Blitar*. Blitar.
- Chaniago, H. (2021). *Manajemen Ritel & Implementasinya*. Bandung: Edukasi Riset Digital.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global Research and Consulting Institute.
- Denpasar, P. S. (2020). *Manajemen Pemasaran Konsep, Pengembangan dan Aplikasi*. Bali: CV. Noah Aletheia.

- Departemen Agama RI. (2010). *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Ela, E., & dkk. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran*. Malang: Ahlimedia Press.
- Fakhrudin, A., Valeria, M. R., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firdiansyah, D., & Prawoto, E. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, dan Vriasi Produk terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi pada Toserba Danreal Wonososbo Jawa Tengah). *Journal of Economi, Business and Engineering, II(2)*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek ((Planning & Strategy)*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Geraldine, Y. M., & Susanti, A. (2021, Juni). Pengaruh Merek, Kualitas Produk, Media Sosial dan Harga Terhap Minat Beli Konsumen pada Produk Brand Wardah. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, III(1)*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, H., & Sudarwanto, T. (2022, Februari). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Santri Mart Tebuireng Jombang). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management, IV(2)*.
- Indayani, L., & dkk. (2022). *Buku Ajar Manajemen Ritel*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

- Isti'adah, D. A. (2016). Pengaruh Diskon Harga, Variaaun Produk dan Citra Toko terhadap Minat Beli Konsumen di Toserba Berkah Bangsri Jepara. *Skripsi*. Kudus: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.
- J, H. (2018). *Metoda Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: ANDI.
- Jefri Putri Nugraha, & dkk. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding.
- Kolter, & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran I Edisi Kedua belas*. Jakarta: PT.Indeks.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Beras Organik Melalui Ecommerce*. Mitra Abisatya.
- Lestari, E. R., Rapani, A., & Dewi, K. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Toko Sembako Mentari di Jakarta Selatan Terhadap Kepuasan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 17(02).
- Liyono, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Wordof Mouth (E-WOM) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline pada PT. Pancaran Kasih Abadi. *JUBIS*, III(1).
- Machali, I. (2021). , *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mawarnie, D., & Fahira, D. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Toserba Borma Cikutra. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, V(4).

- Mubasit. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Lampung: IAIN Raden Intan Lampung.
- Nissaq, C. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Matahari di Toserba Mariza Madiun. *Skripsi*. Ponorogo, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Nuryadi, d. (2017). *Dasar-dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Paramita, R. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*. Lumajang: Widya Gama Press.
- Priyanto, D. (2014). *SPSS 22: Pengolahan data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.
- S. P., & Sunarsih, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Book.
- Saputra, E. A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toserba Indrako Taluk Kuantan Kabupten Kuantan Singingi. *Skripsi*. Riau: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Sholiha, E. (2008). Analisis Industri Ritel di Indonesia. *JBE: Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 15(02).
- Sholikhah Dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Sitorus, S. A., & dkk. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Sri, M. (2018). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toserba Yogya H.Z Mustofa Tasikmalaya. *J-Politri*, 2(4).

- Srihartati, D. (2021). Pengaruh Promosi dan Kebijakan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus pasa Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan. *Skripsi*. Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Stanley Lameshow, D. W., & dkk. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres.
- Syafrida, H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Medan: Penerbit KBM Indonesia.
- Syahrum, & Salim. (2012). *Metodolohi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Cipustaka Media.
- Syarifudin. (2019). *Citra Merek dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan*. Sulawesi: Unimal Press.
- Valentina, T. d. (2023). Pengaruh Display Produk, Tagline dan Perilaku Hedonic Shopping terhadap Keputusan Pembelian Implusif di MR D.I.Y Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 11(4).
- Wiyanto, D. (2010). *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta: Buku Seru.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja.
- Zusrony, E. (n.d.). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.