

DAFTAR PUSTAKA

- Alex. S. Nitisemito. (1986). *Marketing*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Assauri, Sofjan. (2007). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Ayuwardani, Rizky Primadita. (2018). "Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering". *Jurnal Nominal* 7, no. 1. Dalam <https://www.jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/manifest/article/view/7234>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (1 Oktober 2024). *September 2024 inflasi Year-on-Year (y-on-y) sebesar 1,84 persen*. Diakses pada 9 Januari 2025, dari <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/10/01/2308/inflasi-year-on-year--y-on-y--september-2024-sebesar-1-84-persen-.html>.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (28 Juni 2024). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun*. Diakses pada 9 Januari 2025, dalam <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>
- Balqis, Anissah dan Saino. (2022). "Pengaruh Harga, Physical Evidence, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 10, no. 1. Dalam <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1591-1599>
- Bulele, Ester Y. (2016). "Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Manado". *Berkala Ilmiah Efisiensi* 16, no. 3. Dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/13235>
- Chaerudin dan Syafarudin. (2022). "The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction". *Ilomata International Journal of Tax and Accounting* 2, no.1. Dalam <https://doi.org/10.52728/ijtc.v2i1.202>
- Chandra, G. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Christine and Wiwik Budiawan. (2017). "Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada House of Moo, Semarang)". *Industrial Engineering Online Journal* 6, no. 1. Dalam <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/15928>

- Darmanah. 2019. *Metodologi Penelitian*. Lampung: CV Hira Tech.
- Daud, Anshar. (2011) “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen”. *STIE Nobel Indonesia Makassar*.
- Deagiva et al. (2020). “Pengaruh Gaya Hidup, Word of Mouth dan Endorsment terhadap Keputusan Pembelian pada Gloriusgloriuss Store Manado”. *Jurnal EMBA* 8, no. 4. Dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/30580>
- Dirwan. (2014). “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan User dalam Pembelian Rumah pada Perumahan Multi Niaga Town House”. *E-Jurnal Nobel: Jurnal AkMen*. Dalam <https://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/view/547>
- Fanny May Sara, dkk. (2017). “Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Cafe Infinito Culinary Bandung”. *Jurnal UPI: The Journal Gastronomy Tourism* 4, no. 1. Dalam <https://ejournal.upi.edu/index.php/gastur>.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunara, Tharik dan Utus Hardiono Sudibyo. (2007). *Marketing Muhammad*. Bandung: Madani Prima.
- Handayani, Tati dan Muhammad Anwar Fathoni. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Handayati, Ratna dan Hanny Mahmudah, (2020). “Analisis Pengaruh People, Physical Evidence, dan Product terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mitra Jaya Optik Lamongan”. *Jurnal Media Mahardhika* 18, no. 3. Dalam <https://doi.org/10.29062/mahardika.v18i3.182>
- Hulondalo.id, (26 Juni 2020), *Maksimal Pengunjung di Mall Bravo Tulungagung 1000 Orang*, Diakses pada 9 Januari 2025, dari <https://www.hulondalo.id>.
- Hurriyati, Ratih. (2019). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung : Alfabeta.
- Ingga, Ibrahim. (2017). *Akuntansi Manajemen Implementasi Dalam Kasus Indonesia*. Jogjakarta: CV Budi Utama.
- Inriyo, Gitosudarmo. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua*. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.

- Jumiarti, Siti Saroh dan Ratna Nikin Hardati. (2021). “Faktor-faktor Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren (Studi Kasus pada Masyarakat Dinoyo)”. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis* 10, no. 1. Dalam jim.unisma.ac.id
- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, Jakarta: CV. Cahaya Kreativa Utama, hlm. 374.
- Khasanah, Binti Nikmatul. (2019). *Pengaruh Marketing Mix 7P terhadap Keputusan Pembelian di Toko Fashion dan Collection di Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri*. Tulungagung: Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2019.
- Kusnita, Nisa. (2022). *Eksistensi Supermarket Bravo Tulungagung dalam Pergeseran Ekonomi di Tulungagung*. Tulungagung: Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- M. G. Made, R. Rodhiyah, and W. Widiartanto. (2015). “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 4, no. 2. Dalam <https://doi.org/10.14710/jiab.2015.8343>
- Meilani, Revi dan Ida Ayu N. K. (2020). “Pengaruh Product, People, Dan Process Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Ekspedisi CV. Hitam Oren Express (HOE) di Surabaya”. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM7)* 5, no. 1. Dalam <https://doi.org/10.30996/jem17.v5i1.3620>
- Muflif, Muhammad.(2006). *Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Mujahidin, Akhmad. (2014). *Ekonomi Islam 2*. Pekanbaru: Al Mujtahadah Press.
- Nirwana. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Dioma.
- Novita, Cahaya. (2018). “Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Eceran & Grosir di Desa Hessa Air Genting Kec.Air Batu Kab. Asahan”. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan, 2018.
- Nugraha, Jefri Putri dkk. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.

- Oentoro. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern* Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Ovan dan Andika Saputra. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Rentabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Oktavianus, Tinneke dan John Kalangi. (2019). "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Justiti Motor Lembata". *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 1. Dalam <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/23560>
- Pahlevi, Reza. *Data bisnis ritel Indonesia: panduan lengkap*. Techinasia.. Diakses pada 9 Januari 2025, dalam <https://id.techinasia.com/data-ritel-indonesia-panduan-lengkap>.
- Pangenggar, dkk. (2016). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Warung Kopi Tunjang Cafe and Restaurant Semarang)". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5, no. 1. Dalam <https://doi.org/10.14710/jiab.2016.10396>
- Perdana, Surya Putra. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Meubel Aa di Kecamatan Rambatan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*, (Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Pracoyo, Tri Kunawangsih dan Antyo Pracoyo. (2006). *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT Grafindo.
- Prihantoko, Vigit Bayu. (2021). *Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Allymart Grosir dan Eceran Buntu Banyumas)*. Dalam repository.uinsaizu, diakses pada 1 Oktober 2024.
- Prokopim Setda Kabupaten Tulungagung, *Grand Opening Bravo Supermarket Tulungagung*, Agustus 2019 dalam <https://bagianprotokol.tulungagung.go.id>
- Rahmawaty, Anita. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: Idea Press.
- Regar, dkk. (2015). "Karakteristik Konsumen Produk Roti Cella Bakery dan Holland Bakery di Manado". *Jurnal ASE* 11, no. 3A. Dalam <https://doi.org/10.35791/agrsosek.11.3A.2015.10536>

- Rizaty, Monavia Ayu. *Jumlah Toko Retail di Indonesia Sebanyak 3.98 Juta pada 2022*, DataIndonesia.id, Juli 2023. Diakses pada 9 Januari 2025, dalam <https://dataindonesia.id>.
- Romindi dkk. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sari, Iin Indah. 2020. *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang Burdah Water*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Setyawan, Dodiet Aditya. 2021. *Hipotesis Dan Variabel Penelitian*. Klaten: Tahta Media.
- Shobikin. (2023). “Penerapan Marketing Mix Syariah pada UMKM di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Perspektif Ekonomi Syariah”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 1. Dalam <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/8485>
- Simamora, Bison. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- S. Sutojo. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Subagiyo, Rokhmat. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan, Alim's*. Jakarta Timur: Publishing.
- Sujianto, Agus Eko. (2009) *Aplikasi Statistik dengan SPSS 6.0*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya.
- Sukotjo. Hendri dan Sumanto Radix A. (2010). “Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya”. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 1, no. 2. Dalam <https://doi.org/10.30587/JUSTICB.V3I4.5931>
- Sumarni, Progresif dan Samanoi. (2021). “Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di UD. Trialvela Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan* 4, no. 2. Dalam <https://www.jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/231>
- Sumarwan, Ujang. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriadi dan Dahlia. (2023). “Aktualisasi Prinsip Tazkiyah dalam Makna Halalan Thayyiban (Halal Dan Baik) dalam Kegiatan Ekonomi Islam”, *Alhaqiqah*:

Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 4 (1). Dalam <https://doi.org/10.36915/alhaqiqa.v4i1.135>

Suryani, Nidia, dkk. (2023). “Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan”. *IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2. Dalam <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>

Swastha, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Swastha, Basu. (1998). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.

Syafitri dan Mawardi Nur. (2024). “Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV. Empang Emak Niyah”. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 1, no. 2. Dalam <https://journal.sebi.ac.id/index.php/great/article/view/736>

Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Marketing*. Yogyakarta: Marknesis.

Ulfa Nadlifatul. (2017). *Pengaruh Harga dan Keragaman Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bravo Swalayan Jombang*. Jombang: STIE PGRI Dewantara Jombang.

UU RI No. 14 Tahun 1969 Tentang *Ketentuan-Ketentuan Pokok mengenai Tenaga Kerja*.

Wardhana, Aditya. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

Widjajanta, Bambang dan Ginna Indah. (2009). “Pengaruh Lingkungan Fisik Organisasi (Servicescape) Terhadap Keputusan Mengunjungi Museum Negeri Sri Baduga Bandung”. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* 8, no. 15. Dalam <https://doi.org/10.17509/strategic.v9i1.1055>

Yudho, Surya Kusumawardhani Satrio. (2022). “Pengaruh Marketing Mix 7P terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Dapurdep”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 11, No. 8. Dalam <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4794>

Zainal, dkk. (2022). “Analisis Pengaruh Marketing Mix 7p Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV. Karya Apik MAN 3 JOMBANG)”. *Jurnal Inovasi Penelitian* 3, no. 2. Dalam <https://www.neliti.com/id/publications/470224/analisis-pengaruh-marketing-mix-7p-terhadap-keputusan-pembelian-studi-pada-cv-ka>