

DAFTAR PUSTAKA

- A. Z. Pramudiya, F. Nurtjahjani, dan B. Lestari. (2025). *The Influence of Visual Merchandising and Product Assortment on Purchasing Decision in OH!SOME Mall Olympic Garden Malang*. *International Journal of Multidisciplinary on Science and Management*, 2(3): 110-116.
- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA Press.
- Anita, S. Y. (2023). *Perilaku Konsumen*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Anjarnarko, T. S., dan Mardikaningsih, R. (2022). *Visual Merchandising dan Motivasi Hedonik terhadap Pembelian Implusif*. *Jurnal EKUITAS*, 3(3): 445-450.
- Bank Indonesia. *Laporan Survei Penjualan Eceran*, <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/default.aspx?Kategori=survei%20penjualan%20eceran&Periode=> (diakses pada 08 Januari 2026, pukul 13.30).
- Darwin, M., dkk. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Desmiyuna, A., dan Wardani, R. (2025). *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Journal of Business and Organizational Research*, 1(1): 1-10.
- Dewi Murtiningsih, D. (2025). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Sleman: Deepublish Digital.
- Fadillah, N., dan Syahreza, D. S. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Ganda Pematangsiantar*. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5(1): 334-343.
- Fajrin, S. N., dan Ansari, D. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Togamas Supratman Bandung*. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(2): 1325-1330.
- Harjadi, D., dan Fatmasari, D. (2025). *Determinasi Keputusan Pembelian Konsumen: Peran Kepercayaan Merek, Kualitas Informasi, dan Keragaman Produk*. Cirebon: PT Arr Rad Pratama.
- Hazizah, N. A., Sukirman, S., dan Atmini, N. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Luwes Swalayan Ungaran (Studi pada Luwes Swalayan*

- Ungaran, Kabupaten Semarang). *Jurnal JIESA: Jurnal Ilmiah Ekonomika & Sains*, 3(1): 39-49.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Kotler. (2017). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Leon, F. M., Suryaputri, R. V., dan Purnamaningrum, T. K. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif: Manajemen, Keuangan, dan Akuntansi*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Luluk Tri Harinie, L. T. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Bandung: Intelektual Manifes Media.
- Mamuaya, N. C. I. (2021). *Faktor Situsional, Atmosfir Toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik pada Pembelian Implusif Konsumen*. Pasaman Barat: CV. Azka Pustaka.
- Mardiana, D., dan Rosdiana Sijabat, R. (2022). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 6(1): 9-13.
- Muhtadin, I., dan M. Yusuf. (2022). *Perilaku Organisasi*. Pasaman Barat: CV Azka Pustaka.
- Mulyana, A., dkk., *Metode Penelitian Kuantitatif*. Makassar: CV. Tohar Media.
- Nurjamilah, S. F., Romadon, A. S., dan Putri, S. E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Kopima Aja. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(1): 40-56.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., dan Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Lumajang: Widya Gama Press.
- Pasaribu, V. T., Yamani, A. Z., dan Romadlon, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, *Shopping Lifestyle*, dan *Visual Merchandising* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Eiger). *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2): 1133-1138.
- Patimah, S., dan Arifin, K. (2022). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Produk Minimarket Borneo Tanjung. *Jurnal Administrasi Publik & Administrasi Bisnis*, 5(2): 735-748.
- Prasetyo, W. (2025). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, *Online Customer Review*, *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap

- Keputusan Pembelian di Alas Restaurant Banyuwangi. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal (IPSSJ)*, 2(4): 7881-7902.
- Pratimi, Y. M. (2023). Analisis Pengaruh *Store Atmosphere*, Kelengkapan Produk, dan Daya Tarik Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Swalayan Garuda Mitra di Pontianak. *Jurnal BISMA*, 8(2): 231-243.
- Putra, S., dkk. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Panduan Praktis Analisis Data Kuantitatif)*. Deli Serdang: PT. Mifandi Mandiri Digital.
- Ragelia, R. I., Maspufah, H., dan Salim, H. A. (2025). *The Influence of Product Display, Product Assortment, Price, Store Atmosphere, and Promotion on Consumer Purchase Decisions at LaRisso Department Store Ambulu. ARTOKULO: Journal of Accounting, Economics, and Management*, 2(1): 65-73.
- Rahmawati, I., Sa'adah, L., & Chabib, M. N. (2020). *Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Kerja Karyawan*. Jombang: LPPM.
- Ramadhan, M. F., Hardilawati, W. L., dan Ramadhan, R. R. (2024). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Planet Midi Swalayan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 3(1):99-108.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Samsiyah, S., dkk. (2023). *Perilaku Konsumen*. Sumedang: CV. Mega Press Nusantara.
- Saputra, M. R. A., Chalid, F. I., dan Budianto, H. (2023). *Metode Ilmiah & Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset)*. Sidoarjo: Nizamia Learning Center.
- Saputra, M. R. A., dkk. (2016). *Metode Ilmiah dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kepustakaan*. Sidoarjo: Nizami Learning Center.
- Sudirjo, F., dkk. (2024). *Teori Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Solok: PT Mafy Literasi Indonesia.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyanto dan Dwiarta, I. M. B. (2024). *Manajemen Ritel*. Sumedang: CV. Mega Nusantara.

- Sunartini, S. (2022). *Bisnis Ritel: Strategi Marketing Visual Merchandising*. Praya, Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Susanti, N. K. D., Susanti, P. H., dan Suputra, G. A. (2021). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Blahkuhi di Kabupaten Badung. *Jurnal Widya Amrita*, 1(1): 144-163.
- Susanto, G. A., dan Adiwijaya, M. (2023). *The Effect of Visual Merchandising and Store Atmosphere on Purchase Decision with Hedonic Orientation as Moderator*. *PETRA IJBS*, 6(1): 1-9.
- Susiyanti, Handayanti, Y. I., dan Budiono, K. (2024). *The Effect of Product Display, Product Completeness, Price, Location, and Store Atmosphere on Purchase Decisions at Ramai Jaya Rambipuji Store Jember*. *Journal of Economics, Management, Business, and Accounting Research*, 2(2):167-180.
- Suyitno, Wibowo, R., dan Indrianawati. (2024). Pengaruh *Visual Merchandising* dan Diskon Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Ritel Awam Paciran. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 18(2): 253-261.
- T. Teviana. (2022). *The Effect of Brand Image, Store Atmosphere, and Visual Merchandising on Purchase Decision in Miniso Plaza Medan Fair*. *Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 8(2): 308-318.
- Vania, A. (2023). *Perilaku Konsumen*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Vania, A., dkk. (2024). *Perilaku Konsumen*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Veronica, A., dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.