

## DAFTAR PUSTAKA

- Armalinda, (2019) . Pengaruh Citra Toko dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen (Studi pada toko Blueberry lahat). *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen*, 3(1), 63–69.
- Deatami, N. M., & Khasanah, I. (2019). Analisis Pengaruh Iklan dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sariayu di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 8(4), 141–151.
- Devita Adela V, Nurhaliza Tri Fabella, Agum Alfanis, V. F. S. (2020). Pengaruh Iklan, Persepsi Kualitas, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 159–170.
- Djarmiko, T., & Bimo, B. (2016). The Impact of Store Image on Purchasing Decisions. *Advance in Economics, Bussines and Management Research*, 15, 420–424. <https://doi.org/10.2991/gcbme-16.2016.76>
- Lucky, O. S. (2017). Pengaruh Store Image terhadap Keputusan Pembelian pada Loka Supermarket Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Brawijaya*.
- Maharta, G. W., Meitriana, M. A., & Zuhri, A. (2019). Pengaruh Store Image terhadap Keputusan Pembelian Kosumen pada Krisna 5 Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(1), 179. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i1.20108>
- Marantika, W., & Sarsono, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Word of Mouth, dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Pengunjung Toko Amigo Pedan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 114. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.633>
- Nangoy, C. L., Tumbuan, W. J. F. A., & Program, M. (2018). The Effect of Advertising and Sales Promotion on Consumer Buying Decision of Indovision Tv Cable Provider. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1228–1237. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20179>
- Pembelian, K., Tua, O., Kinder, P., Di, J. O. Y., & Ekspres, G. (2020). Pengaruh Iklan, Pester Power dan Penempatan Produk terhadap Keputusan Pembelian Orang Tua pada Kinder Joy di Giant Ekspres Mataram. *Hospitality*, 9(2).
- Putri, N. P. J. M., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(8), 4355. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i08.p12>
- Saifudin. (2020). Pengardh Iklan Islami terhadap Minat Beli Calon Konsumen

Matahari Dept Store di Jawa Tengah. *Hurnal Stain Kudus*.

Selly, S., Lie, D., Efendi, E., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Situs Belanja Online Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Semester Vi Program Studi Sarjana Manajemen Stie Sultan Agung). *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 46–55. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i1.136>

Sundara, D. (2020). Pengaruh Citra Toko Dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Ramayana Departement Store Depok. *Mediastima*, 26(2), 182–202. <http://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/mediastima/article/view/33>

Triska Jayanti Nanda S.S., I. R. P. (2017). Pembelian Sepatu Merk Converse pada Mahasiswa D4 Jurusan Administrasi. Pendahuluan Tinjauan Pustaka Kajian Empiris Hubungan Iklan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 531–536.

Wiratama, I. G. (2017). Pengaruh Citra Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan Serta Niat Beli. *Jurnal Buletini Studi Ekonomi*, 22, 239–249.