

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M.I. & Afandi, Y. 2020. Pengaruh *Store Layout* Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Ggsp Swalayan Setia Sumenep Madura. *Jurnal Aplikasi Bisnis E-Issn: 2407-5523 Volume:6 Nomor:1, Juni*
- Andrew, M. 2019. *E-Service Quality And Brand Image On Buying Interest: A Study Of E-Service Quality And Brand Image On Shopee*. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis, Volume Iii, Number I*.
- Hafizi, N.A.A. 2021. Model Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Iklan:Pemasaran Multi Channels Dan Discount Di Portal Berita Online Medcom.Id. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, Volume 2, Issue 4, Maret 2021 E-ISSN: 2686-5238, P-ISSN 2686-4916 Available Online: <https://Dinastirev.Org/JEMSI> Page 479 DOI: <https://doi.org/10.31933/Jemsi.V2i4>.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2016. *A Framework For Marketing Management*. England: Pearson Education Limited.
- Mahfud, A.G., & Soltes, V. 2016. Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim). *Iosr Journal Of Economics And Finance (Iosr-Jef) E-Issn: 2321-5933, P-Issn: 2321-5925. Volume 7, Issue 4. Ver. I*
- Munandar, H.A. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Pembelian Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Konsumen Mi Lidi Gobyos Di Banyumas). *Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto*.
- Nur, A. 2021. Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Berbelanja Di Transmart Carrefour Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 7, No 1, Januari*
- Octaviani., W. 2021. Pengaruh *Product Quality, Sales Promotion, Dan Islamic Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening*. *Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Salatiga*.
- Oscardo, J., Purwanti, A.A., & Hamzah, M.L. 2021. *Product Innovation, Price Perception, Customer Experience And Positioning Strategy In Increasing Purchasing Decisions At PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru*. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi Volume 2 No 1 Tahun 2021 Halaman 41-52*.
- Prasyanti, P. A., Ningrum, N. R., & Basri, A.I. 2021. Pengaruh *Store Atmosphere*,

Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 1 No. 1 Januari / Hal. 16–23.*

- Purnomo, E., Aini, Y., & Makmur. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama). *Jurnal Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.*
- Putri, E.D.R. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetics Di Indonesia). *Skripsi: Universitas Sanata Dharma.*
- Saputra, E., Arifin, R., & Khalikussabir. 2020. Analisis *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Halalan Mart Sukorejo, Kabupaten Pasuruan). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma.*
- Schiffman, L.G., & Wisenblit, J.L. 2015. *Consumer Behavior Eleventh Edition.* England: Pearson Education Limited
- Syavala, E.D. 2020. Strategi *Public Relations* Dalam Menjaga Eksistensi Assalaam Hypermarket Melalui Konsep “*One Stop Shopping And Muslim Syariah*”. *Naskah Publikasi: Universitas Muhammadiyah Surakarta.*