

## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

- Abdullah, M. M. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ar Rivai, & M. Nasib. (2005). *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*. Jakarta: Gema Insan.
- Berman, B., dan Evans, J. (2010). *Retail Management A Strategic Approach Twelfth Edition*. Jakarta: Pearson.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Fatoni, S. N. (2014). *Pengantar Ilmu Ekonomi: Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Isnaini, H., & dkk. (2015). *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenada.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenballindo.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing Edisi 15th*. England: Pearson.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Levy, M., & Weitz, B. (2001). *Retailing Managemen. International Edition. Edisi 4*. New York: McGraw\_Hall.
- Lupiyoadi, H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, H., dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi Kelima*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pramata.
- Muflih, M. (2006). *Prilaku Konsumen Dalam Prespektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Nursiyono, J. A., dan Wahyuningtyas, F. (2017). *Pengantar Statistik Dasar*. Bogor: In Media.

- Peter, J., dan Olson, J. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi sembilan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ratminto, & Winarsih, A. S. (2007). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Peustaka Belajar.
- Salim, P., & Salim, Y. (1991). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Modern English Press.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sarwono, J. (2009). *Statistik Itu Mudah Panduan Untuk Belajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 16*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Setia, P., Yordani, R., Kurniawan, R., dan Yuniarto, B. (2016). *Dasar-Dasar Statistika Dengan Softwear R: Konsep dan Aplikasi*. Bogor: In Media.
- Sholihin, M. (2010). *Marketing Muhammad SAW*. Yogyakarta: Camerlang Publising.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statiskita Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sundryono. (2016). *Mnajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Supriyadi, E. (2014). *SPSS + Amos*. Jakarta: In Media.
- Suryabrata, S. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Swastha, B. (1999). *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Swastha, B. (2000). *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tarigan, H. G. (2013). *Menulis sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran Edsi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.

Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia.

Winardi, J. (2004). *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Kencana.

Winardi. (2010). *Kepemimpinan dan Manajemen*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

## **B. KARYA ILMIAH**

Amilia, S., dan Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol 6, No1, 660*.

Armahadyani. (2018). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Makan Pa'mur Karawang. *Manajemen dan Bisnis Kreatif, 68-98*.

Hasbi, M. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Oada Warung Radja Gowa*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin.

Kusumasitta. (2014). Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum di Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*.

Lubis, N. P. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Produk, Harga dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian Pakaian Di Pasar Inpres 1 Kisaran*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Ratnasari, A. D. (2006). Pengaruh Kualitas Produk Harga Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee And Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga , 5*.

Soeprajitno, E. D., Ichsanudin, dan Bahrowi, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Stand Pakaian Pasar Tradisionl Bandar Kediri). *Jurnal Ekonomi Bisnis*.

Yunda, C. F. (2014). *Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada waroeng cowek ireng cabang tusam semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Zulkarnaen, W., dan Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry dan Simply

Fresh Laundry di Jalan Cikutra Bandung). *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*.

### **C. INTERNET**

Hestanto, P. (2020, 03 Maret) *Store Atmosphere menurut beberapa pendapat dan berbagai definisinya*, diakses dari <https://www.hestanto.web.id/store-atmosphere/>

Tidihiweb. (2020, 04 Maret) *Kualitas pelayanan jasa dan dimensi penilaiannya*, diakses dari <https://thidiweb.com/dimensi-kualitas-jasa/amp/>