

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, M. (2010). *Jurus Jitu Mengelola Bisnnis Ritel Ala Indonesia*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (19th ed.). Bandung.
- Anugrah, K. F. (2024). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fajar Abadi Snack Kamal. *Jurnal Maneksi*, 13.
- Arif, D., & Pramestie, A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Di Umaha. *Ecopreneur*, 12, 4. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1013>
- Ariyanto, A., Wongso, F., Wijoyo, H., Indrawan, I., Musnaini, Akbar, M. F., ... Devi, W. S. G. R. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja grafindo Persada.
- Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BISNIS KULINER (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1).
- Ebert, R. ., & Griffin, R. . (2015). *Pengantar Bisnis* (10th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Elgi, V. M. P., Nurhidayati, S., & Drajat, D. A. (2024). Pengaruh Promosi, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Bangunan Sugih Maju Kabupaten Berau, 8. <https://doi.org/10.35915/cj.v8i2>
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Galuh, C. (2023). Aprindo prediksi pertumbuhan ritel nasional capai 4,2 persen. Retrieved from <https://www.antaranews.com/Berita/3824925/Aprindo-Prediksi-Pertumbuhan-Ritel-Nasional%02Capai-42-Persen>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghufron, M., & Zuraida, L. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keberagaman Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamidi Tritunggal Yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(3), 716–730. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i3.557>
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan* (11th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo

Press.

- Kapriani, & Kurniaty. (2020). Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Toko New Agung Alat Tulis dan Kantor di Makassar. *Al-Buhuts (e-Journal)*, 16 No.2, 71–90.
- Kotler, P dan Keller, K. . (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc.
- Laksana, M. . (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. Retrieved from <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. (A. Q. Habib, Ed.). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Maharaja, R., Purba, M. L., & Ginting, R. M. (2022). Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bangunan Johor Mas Medan. *Jurnal Teknologi, Kesehatan, Dan Ilmu Sosial*, 4, 400–410.
- Muthmainnah, & Alsaed, N. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Yogurt X di Kota Bandung, 4(1), 1–11.
- Mutia, A., Rahma, S., & Gustina, C. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Journal Al Dzahab*, 5(02), 71–80.
- Mutiar, M. T., Samsudin, A., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian, 33(1), 1–12. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.739>
- Naibaho, H. M., & Andy. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–9.
- Nasution, E. M., & Aramita, F. (2024a). Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di toko Sehati Jaya The Influence of Location and Product Completeness on Consumer Purchasing Decisions at the Sehati Jaya Store, 5(1), 62–71.
- Nasution, E. M., & Aramita, F. (2024b). Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Sehati Jaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 5(1), 1–10.
- Nendi, I., Koesharijadi, K., & Merthayasa, A. A. A. (2022). Peran promosi dan

- kualitas pelayanan pada keputusan konsumen di marketplace. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5202–5206.
- Nicholas, N., & Elizabeth, S. M. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Sepatu Bata di Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 5(2), 158–166.
- Nor, M., & Sumarni, I. (2023). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ritel Modern Studi Pada Mini Market Borneo Tabalong, 6, 600–611.
- Octaviani, V. A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank, 18, 135–140.
- Pahlevi, R. (2022). Ritel Tradisional Dominasi Usaha Penjualan Eceran di Indonesia. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/0548e928abc4b62/ritel-tradisional-dominasi-usaha-penjualan-eceran-di-indonesia>
- Pratiwi, E. A., & Yulianto, A. E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Visicom Led Di Surabaya Barat.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PENERBIT KBM INDONESIA.
- Satriadi, Wanawir, Handrayani, E., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Banguntapan Bantul DI Yogyakarta: Penerbit Samudera Biru (Anggota IKAPI).
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. Retrieved from <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta, D. (2018). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2018). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Utami. (2017). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widianti, I. P., Dewi, W. R. S., Achmadhana, S. N., Mubarak, M. I. F., Putra, Z. I.,

- Irfan, C., & Amrullah, F. A. (2024). Pengaruh Kelengkapan Produk, Impulse Buying , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kds Bojonegoro. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3(April), 354–361.
- Widiastuti, E., Sarsiti, & Handayani, A. (2023). Peningkatan Pengetahuan Pemasaran Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah Di Desa Joho Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo. *Surakarta Abdimas Journal*, 2(2), 50–57.
- Zulfan Asrari, & M. Khairul Anwari. (2024). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Nasabah terhadap Kepuasan Perusahaan Bank Syariah Indonesia Cabang Pontianak. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 220–229.