

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, et al., (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Aceh. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- A Faisal Muzakki, Eman Sulaeman (2021), “Analisis Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Nol Derajat Cikampek Karawang, Jurnal Pemasaran Kompetitif.
- Afifah, E. A (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Presepsi Harga, Terhadap Keputusan Pembelian pada RM. Lesehan Saung Koering Linggarjati. *Skripsi*.
- Afdan, N. (2023). Pengertian Penataan Produk, Fungsi, Tujuan & Jenis Display. *Artikelsiana*.
- Afrianti, N. (2021). Pengaruh *Display* Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di *Tevina Mart Ukui 1* Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. *Skripsi*.
- Agatha, M. (2019). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, Vol 3, No 2 (2018).
- Anita, S. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Scarleet Whitening* (Studi Pada Toko Murah Grosir). *Skripsi*.
- Aryati, C., et al (2023). Pengaruh *Display* Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Frozen Food Anita. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, Vol. 2 No. 1.
- Astari, Y. I. (2019). Pengaruh *Display*, Harga, Promosi, Pelayanan, Dan Interior Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosir Pakaian Aziziah Kota Kediri. *Jurnal Ekuivalensi*, Vol. 5 No. 1.
- Batubara, S. N. & Afandi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Di 212 *Mart* Medan Baru. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, vol 6, No 1.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, Volume 17, Issue 02,
- Citra, S. (2023). Mengenai *Display*: Pengertian, Jenis dan Tips Penataannya. *IDN Times*.
- Dharmmesta, B. S., & Irawan. (2015). Manajemen Pemasaran Modern.

Yogyakarta: Liberty.

Fadhilah, M. Cahya, A. D. & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Atmosfir Toko, Lokasi Toko Dan *Display* Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Kelontong SRC Hendro. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, Vol. 6, No. 2.

Ganesha, T. P., Rinanda, S., & Sanjaya, V. F. (2020) Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Thrift Store* Di Instagram. *Jurnal Entrepreneur dan Bisnis (JEBI)*, vol 01, No 02.

Ghozali, R. N. (2022). Pengaruh *Display* Produk Dan Promosi Shampo Merek Zinc Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Lancar Pasar Jatiroto Lumajang. *Skripsi*.

Gunarsih, C. M., Kalangi, J.A.F. & Tamengkel L. F. (2021) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, Vol. 2 No. 1, 2021.

Handayani, S. Krismiyati & Husna, N. (2020). Pengaruh Strategi Harga Terhadap Keputusan Konsumen Di Toko Kakiku Biak. *Jumabis Jurnal Manajemen dan Bisnis*

Irawati, G. (2024). Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi Toko dan *Display* Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Kelontong “Anda”. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9/No. 1/2024/89-101.

Jamaludin, A. (2017). Pengaruh *Display* Produk Dan Kemasan Terhadap Citra Produk Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pack Rokok Gudang Garam Di PT Surya Madistrindo Aro Cianjur. *Skripsi*.

Kotler, dkk. (2016). *A framework for marketing management, sixth edition, global edition*. England: Pearson

Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). Manajemen Pemasaran Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks

Kotler dan Armstrong, 2012, Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Prenhallindo, Jakarta

Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing (15th ed)*. New York: Pearson Publishing.

Kotler, dkk. (2018). Prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta: Erlangga

Kuswanti, H. (2016). Metode Penelitian Gabungan (*Mixed Methods*).

- Mauludi, A. & Medytarisa, A. (2023). Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk, Dan *Display Layout* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Grosir Wijaya Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, Vol.2 No.5.
- Mankiw, G. N (1998). *Principle of Microeconomics*. jilid 1. edisi terjemahan Erlangga. Jakarta.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjakson A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 7 No. 3.
- Muzakki, A. F., & Sulaeman, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Nol Derajat Cikampek Karawang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 168-182.
- Nasution, M. E. (2006). Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam Jakarta: Prenadamedia Group, halaman 92-93.
- Munandar, D. (2019). *The Effect of Prices and Store Attempt on Purchase Decisions That Impact on Customer Satisfaction In Hypermarkets In Bandung*. *Pinisi Discretion Review*, vol 2, Issue 2, Page. 259-268.
- Nasution, E. A. & Lesmana M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, Volume 1.
- Nuriyah, S. (2022). Pengaruh Citra Toko, Harga, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Bening Bungah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, Vol 2No 1, 53-60.
- Puspita, D. Y. T. (2019). Pengaruh Iklan, Diskon, dan *Display* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Mirota Kampus Yogyakarta. FKIP. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Praninditya, G. S. A., Kurniati, R. R. & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, *Store Atmosphere* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, Vol. 10, No. 2, hal. 122-127.
- Prasetyo, S. & Hanny, R. (2020). Pengaruh *Display* Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Buku Terbitan Mizan (Studi Kasus Toko Buku Gunung Agung BSD). *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9/No. 1/2024/89-101.
- Riadi, M. (2023). Penataan atau Display Produk - Tujuan, Jenis, Syarat dan Ketentuan. *Kajianpustaka*.
- Saktiendi, E., Herawati, S., Yenny, A. L., & Agusti, W. A. (2022) Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan

Pembelian *MS Glow* di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, Vol.1, No. 2.

Saputra, A. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga, *Display* dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko *Fatimah Mart* Pekanbaru. *Skripsi*.

Shafa, M. P. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk dan Metode pembayaran terhadap Keputusan pembelian dalam berbelanja *Online* Melalui aplikasi *Shopee* (Studi kasus pada pengguna aplikasi *shopee* di Bekasi). *Sekolah tinggi ilmu ekonomi Indonesia*.

Sihombing, A. L., Suharno, S., Kuleh, K., & Hidayati, T. (2023). *The Effect of Price and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions through Brand Image*. *International Journal of Finance, Economics and Business*, Vol. 2, No. 1.

Siregar, S. (2014). Statistik Parameter Untuk penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Sista, O. M. (2016). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Di PT. Arwana Internusa Tour Pontianak. *Jurnal Manajemen Motivasi*, vol 12, No 1.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Edisi Kedua. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Buku.

Suprayogi, A., dkk (2020). Pengaruh *Display* Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Alfamart* Cabang Pondok Jagung Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1):58-66

Suwarman. (2019). Riset Pemasaran dan Konsumen. Bogor: Penerbit IPB Press.

Suwarno (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bubuk Kopi Pada PT. Louis Dreyfus Commodities Kecamatan Sunggal. *Jurnal Ilmiah "Integritas"* Vol, 5(1).

Thabroni, G. (2022) Pengertian Pemasaran dilengkapi Strategi, Fungsi, Bauran, dsb. *Manajemen dan Bisnis*.

Thabroni, G. (2022) Harga & Penetapannya: Pengertian, Indikator, Strategi, Faktor, dsb. *Manajemen dan Bisnis*.

Thabroni, G. (2022) Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*): Pengertian, Manfaat, Dimensi, dsb. *Manajemen dan Bisnis*.

Viesti, T. R. Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Mom Milk* Manahan Solo.

Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah Di Balongbendo. *Skripsi*.

Yusa, D. V., Hastono, & Anugrah, L. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Rivero Di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, 12(1)



THE *Character Building*
UNIVERSITY