

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliana, H. T. A., & Sumowo, S. (2015). Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Kepuasan Pembelian Smartphone Android Merek Samsung (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember 2011-2013). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 121–142. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/viewFile/13/11>
- Arikunto, Suharsimi. 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Armstrong, Kotler 2018, “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*” , England : Pearson Education, Inc.
- Balawera, Asrianto. (2013). *Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado*. *Jurnal EMBA*, Volume 1, Nomor 4, hal. 2117-2129.
- Ferdinand, A.. 2015. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi ke 2. Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hermawan, H. (2015). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI CERIA DI JEMBER Haris. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 143–161.
- Husein, Umar. (2011). *Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Istijanto, (2015), *Riset Sumber Daya Manusia*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. England: Pearson.
- Kotler, Philip. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas, Jakarta: Prenhallinda.
- Kuncoro, Mudrajat. 2011. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Lamb, ed al. 2016. *Pemasaran Buku 1. Edisi 1*. Jakarta: Salemba 4

- Levy, Michael & Weitz, Barton A. (2019), *Retailing Management*. New York. America: Mc Graw-Hill/Irwin.
- Lupiyoadi, Rambat. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, John C. dan Michael Minor, 2012, *Perilaku Konsumen*, Erlangga, Jakarta.
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i1.1880>
- Peter dan Olson. (2019). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Qomariah, N. (2011). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember). *JEAM*, X(1), 30–42. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/1206/969>
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Cahaya Ilmu. https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY
- Qomariah, N., Mahendra, M. M. D., & Hafidzi, A. H. (2021). The Effect Of Price Consciousness , Sales Promotion And Online Customer Reviews On Purchase Decisions At The Marketplace Tokopedia. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 23(6), 57–63. <https://doi.org/10.9790/487X-2306045763>
- Schiffman dan Kanuk. (2018). *Perilaku Konsumen*. Cetakan Keempat, Penerbit PT Indeks.
- Singh, P., Katiyar, N., & Verma, G. (2014). Retail Shoppability: The Impact Of Store Atmospherics & Store Layout On Consumer Buying Patterns. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 3(8), 15–23.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Sutisna dan Pawitra. (2011), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

- Syahputra, Deny Eka. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere, Hedonik value Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ore Premium Store*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Tjiptono, Fandy 2017. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta
- Umar. (2011). *Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Wahyuni, Dkk. (2017). *Pengaruh Suasana Toko, Hedonik value, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Tangkelek Di Kota Padang*. STKIP PGRI Sumatera barat.
- Winmarsyah, Ghozali Ahcmad. (2017). *Pengaruh Hedonik value, Lokasi, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Carlick Store Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Yulindo, Kenshi Poneva. 2013. "Pengaruh Atribut-atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Green Product Cosmetics Sariayu Martha Tilaar di Kota Padang". *Jurnal Manajemen*, Vol. 2 No. 1. <http://www.ejournal.unp.ac.id> (diakses 8 November 2014 pukul 22.19 WIB).
- Zaini, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2020). Dampak Harga Produk , Promosi , Lokasi Dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 151–160.