

## DAFTAR REFERENSI

- Bahgie, W., & Diana, R. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Dan lokasi Terhadap Minat Beli di Serba Ada Takengon*. 9(18), 32–39.
- Evans, B. dan. (2013). Pengaruh Suasana Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Tidak Terencana. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi kedua. Semarang : BP Undip.
- Firdaus. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Private Label Indomaret ( Studi Pada Konsumen Indomaret Di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi ). *Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(01), 1–14.
- Griffin, R. W. dan R. J. E. (2007). *Bisnis Edisi Kedelapan*. Jakarta :Erlangga.
- Kasmir. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi 2. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2001). *Retailing Management (4th ed.)*. Richard D. Irwin Inc.
- Meldarianda, R., Lisan, H., Kristen, U., & Bandung, M. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97–108.
- Muhamad Bahruzen. (2020). *Faktor Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Harga Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Konsumen Toko Surya Gemilang)*.
- Muin, M. (2017). *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen di Planet Surf Mall Panakukang Makassar*. 5(2), 203–214.
- Philips Kotler, G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Purnama, L. (2011). *Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Alfamart Cabang Margahayu Bandung: Skripsi*. Universitas Pasundan.
- Rosita, I. S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 1–9.
- Rosita Rahmi. (2016). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, Dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika, Volume 1 Nomor 2 November 2016, ISSN 2337-6686 ISSN-L 2338-3321*.
- Sakina, N. A., & Cita, F. P. (2019). *Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap*

*Minat Belanja Konsumen di Alfamart ( Studi Kasus di Kecamatan Alas Desa Baru )* (Vol. 3, Issue 2).

Sarahnadia, S. S. dan. (2016). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Harga Terhadap Repurchase Intention (Strudi Kasus pada Konsumen Carrefour DP Mall Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL*, Hal 1-7. 2.

Soegoto, A. S., & Kolopita, D. A. (2015). Analisis Atribut Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Mobil Suzuki Ertiga Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 12–24.

Sugiyono. (2016). Skala pengukuran dan instrumen penelitian. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

Taufik, M. M. (2015). Ketersediaan Areal Parkir, Kelengkapan Barang, Lokasi, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sebagai Variable Interventing Minat Konsumen Berkunjung pada Minimarket Alfamart di Kotamadya Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(2), 1–24.

Tjiptono, Fandi. (2006). *Manajemen Jasa.Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2016). *Pemasaran Strategic*. Yogyakarta: Andi.

Triastanti, W. A. (2017). *Pengaruh Leverage Terhadap Opini Audit Going Concern Dengan Kepemilikan Keluarga Sebagai Variabel Pemoderasi*. 1, 1–476.

Wibowo, B. A. (2015). *Pengaruh Suasana Toko, Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarnegara*.