

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alma, B. (2005). Manajemen dan pemasaran Jasa. *Bandung: Alfabeta*.
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2014). *Retail Management dialih bahasakan oleh Lina Salim, Jakarta*. Pearson.
- Durianto, D., & Sugiarto, T. S. (2001). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Durianto, R., & Suryono, A. (2013). 80655-ID-pemberdayaan-masyarakat-nelayan-melalui (1). 3(1), 22–28.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Ferdinand, A. (2002). Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen, Edisi ketiga. *Semarang: Fakultas Ekonomi UNDIP*.
- Ghozali, I. (2005). Analisis Multivariate dengan program SPSS. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hadi, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Display Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Multy Pet Shop Talun Blitar*.
- Hasan, A. (2013). *Marketing, Cetakan Pertama, Media Pressdindo*. Yogyakarta.
- Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Alfamart Kayubulan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 63–85.
- Kanuk, S., & Schiffman, L. G. (2004). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1997). Prinsip-prinsip pemasaran Jilid I. Erlangga. Jakarta 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid II*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta. *Principles of Marketing Global*.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketin, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.*
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen pemasaran jasa.*
- Manik, E. F. T. (2018). *Pengaruh produk display terhadap minat beli setudi pada Transmart Plaza Medan Fair.*
- Mulyono, M. A., & Aji, S. (2020). Pengaruh Display dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Zoya Kosmetik Gresik. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 5(2), 63–71.
- Nugroho, Y. A. (2011). *it's Easy Olah Data dengan SPSS. Yogyakarta: Skripta Media Creative.*
- Rismawati, G. A. I., Wulandari, N. L. A. A., & Suputra, G. A. (2021). Pengaruh *In-Store Display Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Permen Xylitol Lotte. Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Parwisata*, 1(4), 1253–1258.
- Seran, S. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial.* Deepublish.
- Shimp, T. A. (2000). *Periklanan Promosi Jilid I. Jakarta: Erlangga.*
- Simamora, B. (2002). *Aura merek.* Gramedia Pustaka Utama.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian.* literasi media publishing.
- Suharto, M. Y. (2011). *Pengaruh Kelengkapan Barang, Harga, Lokasi, Kualitas Barang, Pelayanan Dan Display Toko Terhadap Minat Beli Pada Toko Mas "Moro Trisno" Purwodadi.* Prodi Manajemen Unika Soegijapranata.
- Sukma, K., Nurcahya, I., & Suryani, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Menâs Biore. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4016–4043.
- Suyono, A. G., & Sri Sukmawati, P. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa.* Intidayu Press. Jakarta.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta, CV.
- Swastha, B. (2001). Irawan, 2006, *Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta. Dinarty Manurung.*

- Syafitri, Y., Pramudya, Y. D., & Rasid, M. (2021). Pemanfaatan Framework Codeigniter Untuk Membangun Aplikasi Display Produk Di Alfamart Rajabasa. *Jurnal Informasi Dan Komputer*, 9(1), 45–52. <https://doi.org/10.35959/jik.v9i1.205>
- Syihabudhin, S. (2008). Manajemen Bisnis Ritel. *Andi Offset: Yogyakarta*.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa*.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta*. ISBN 979-386-910-4.
- Yamit, Z. (2013). Manajemen Kualitas Produk & Jasa. *Yogyakarta: Ekonisia*.
- Yoebrilianti, A. (2018). Pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli produk fashion dengan gaya hidup sebagai variabel moderator (Survei konsumen pada jejaring sosial). *Jurnal Manajemen*, 8(1).
- Yulianti, F., & Kurniawan, I. N. F. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Kerta Gaya Pusaka Cabang Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Keuangan*, 1(1).

