

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Yusuf, D. S. (2020). The Effect of Promotion and Price on Purchase Decision. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis ISSN P.2579-4892,ISSN O.2655-8327 Vol 4 no 2*.
- Ahmad buchori, Y. h. (2021). The The Effect of Service Quality and Promotion on Purchase Intention Mediated by Trust (Case Study: PT China Taiping Insurance Indonesia). *European Jurnal Of Bussines & Managemet Research ISSN: 2507-1076 (Online) vol 6 no.2* .
- Aprilia Nia 2020 Pengaruh Store Image, Visual Merchandising Dan Sales Promotion Terhadap Customer Purchase Decision (Studi Pada Konsumen Matahari Department Store) : Universitas Islam Majapahit
- B. Ayumi, a. A. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, vol. 10, no. 2,*.
- Ebriliant Ageng Pangaribowo.2018. Pengaruh Store Image Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sikap Konsumen (Studi Pada Pembeli Di pusat produk kecantikan.com) : Universitas Negeri Semarang
- Fira , d.a (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Kecap Cap Ikan Gurami Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di PT Azafood Blitar . IAN Tulung Agung.
- F.W. Mamonto., W. T. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN (4P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN PODOMORO POIGAR DI ERA NORMAL BARU. *Jurnal EMBA ISSN 2303-1174 Vol.9 No.2 April 2021, Hal. 110 - 121*.
- Ghozali,Imam,2013,Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21
- Irawan, M. R. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. SATRIA NUSANTARA JAYA. *Ekonika Jurnal Ekonomi Universitas Kediri 5(2):140*.
- Konuk, F. A. (2018). The role of store image, perceived quality, trust and perceived value in predicting consumers' purchase intentions towards organic private label food. *Journal of retailing and consumer service vol 43 page 304-310*.

- Kotler , P And Keller , L (2012).Marketing Communication Erlangga. Jakarta: Erlangga. Hlm. 25-26, 136-137.
- Kotler Philip and Keller, Kevin L. 2016.marketing manajemnt. New Jersey.Prentice Hall
- Kolter Philip dan Keller .2016 marketing management 15 th. Edition New Jersey
- Kotler , Philip and Kevin Lane Keller . 2016. Marketing Manajamen . 15 th Edition, Pearson Education ,Inc
- Mardian, N. &. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE XIOMI PADA DUTACELBIMA. *Jurnal Manajemen Dewantara Edisi Vol 5, No 1 (2021): 78-92.*
- Muhammad Nadhar,Mahyus,Andi Annis Basri (2022).Pengaruh Keputusan Pembelian Minat Beli Konsumen Terhadap Penjualan Minuman Yotta Di Makasar”Jurnal Of Management” Vol 5 Issue 1 2022 Page 175-188 : Administrasi Bisnis.Universitas Islam Makasar
- Permana, D. I. (2017). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LANTAI KAYU DAN PINTU PT.PIJI DI JAWA TIMUR. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 1, April2017.*
- Prabowo, J. (2017). “PengaruhStore ImageTerhadapMinatBeliRei Outdoor GearBandung(Survei Pada Komunitas Pendaki Gunung Bandung)” .
- RACHMA, W. (2019). Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Store Image Terhadap Minat Beli di Coffee shop Minum Kopi Medan vol.1 no.1. *Kumpulan Skripsi Mahasiswa Fakultas Sosial Sains,.*
- Rosalin Chintia Dewi.2017. Pengaruh, Kemasan, Harga, Kualitas Terhadap Minat Beli Studi Kasus Pada Konsumen Bakmi Mewah Sleman, Yogyakarta Program Studi Jurusan Manajemen.Fakultas Ekonomi : Universitas Sanata Dharma
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat beli Pada Keputusan Pembelian Konsumen . *Psikoborneo, Vol 8, No 1, 2020: 147-155 ISSN: 2477-2666/E-ISSN: 2477-2674 Program Studi Psikologi Program Studi Psikologi Universitas Mulawarman Samarinda .*
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan

Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *ISSN : 2580-3220, E-ISSN : 2580-4588J. Mandiri., Vol. 4, No. 1, Juni 2020 (38 - 51).*

Sugiyono .2019. Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan R & D . Bandung : alfabeta .

Sujarweni .v.wiratna 2020. Metode penelitian bisnis dan ekonomi.pusatakabarupress

Syahnum and Salim.Metode Penelitian Kuantitatif , Bandung Citapustaka Media,2012

Tjiptono.F. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4. Andi Offset, Yogyakarta.

Tommy Soebagyo dan Dr Hartono Subagio M.M (2014) .ANALISA PENGARUH STORE IMAGE TERHADAP PURCHASE INTENTION DI TOSERBA”RAMAI” NGAWI. Jurusan manajemen pemasaran , universitas Kristen putra. Jurnal manajemen pemasaran vol.1.no.20, (2014) 1-9

Yuniati, D. (2021). PENGARUH STORE IMAGE, SERVICE QUALITY DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APOTEK SALSABILA (Studi Pada Konsumen Di Apotek Salsabila).

Ginee Indonesia. (2021, Juli 01). Retrieved from Jumlah Pengunjung Aktif Marketplace Indonesia dari Android: <https://ginee.com/id/insights/jumlah-pengguna-marketplace-android/>

Wibisono, M. (2021, Januari 21). Retrieved from Kecewa Berbelanja di Tokopedia: <https://www.pikiran-rakyat.com/surat-pembaca/2687/Kecewa-Berbelanja-di-Tokopedia>