

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, N. (2020). *Pengaruh Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Tevina Mart UKUI 1 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*.
- Al fiah. (2022). *Pengaruh Kelengkapan Produk, Tata Letak Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Nada Swalayan Cabang Banyuwates Kabupaten Sampang*. 1–10.
- Ali Hasan. (2018). *marketing Dan Kasus-kasus Pilihan* (Cetakan Pe). Media Pressdindo.
- Anggi Roslina Siagian, T. S. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Cafe And Resto Ck-3 Aek Kanopan Kabupaten Labuhanbatu Utara*. 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.36294/mes.v4i2.3920.g2756>
- Ariani, D. W. (2011). *Manajemen Operasi Jasa*. Graha Ilmu.
- B. Prihantoko, V. (2021). Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Allyamart Grosir Dan Eceran Buntu Banyumas). *Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1–74. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/9137>
- BFI, A. (2022). *Bisnis Ritel: Definisi, Fungsi, Jenis, dan Perbedaannya dengan Grosir*. BFI Finance. <https://www.bfi.co.id/id/blog/apa-itu-bisnis-ritel>
- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Dewi Manda Sari, Murti Sumarni, A. I. B. (2023). Pengaruh Kelengkapan Produk, Tata Letak Toko, dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Swalayan Purnama Di Kabupaten Bantul. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Ely, S., & Dewi, A. S. (2020). Bab Ii Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis. *Repository.Unpas.Ac.Id*, 71, 18–57. [http://repository.unpas.ac.id/30322/5/6. BAB II.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30322/5/6.BAB%20II.pdf)
- Gilbert, D. (2003). *Retail Marketing Management*. Prentice Hall.
- Gosal, S., & Setiobudi, A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice&Smoothieszone. *Performa*, 5(4), 303–310. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1785>
- Hasibuan, M. Z., & Siregar, H. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(1), 18–24. <https://doi.org/10.51544/jmm.v6i1.2116>

- Hidayat, R. Al, Raharjo, I. B., & Yani, A. (2024). *Social-Economic Dynamics in the Fourth Industrial Revolution: Analysis of Its Influence on SMEs , Employment , and Poverty in the Context of Digital Society* Pengaruhnya terhadap UMKM , Ketenagakerjaan , dan Kemiskinan dalam Konteks Masyarakat Digital. *Jurnal Terobosan Peduli Masyarakat (TIRAKAT)*, 1(2), 118–132.
- Hidayat Setiaji. (2023). *Penjualan Ritel RI Masih Tumbuh, Tapi Melambat*. Bloomberg Technoz. <https://www.bloombergtechnoz.com/detail-news/8299/penjualan-ritel-ri-masih-tumbuh-tapi-melambat>
- Itot Bian Raharjo itot, D. K. H. S., & Sasongko, M. Z. (2021). Determinan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restaurant Di Kediri. 2, 3–7.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing (16th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, Philip, & A. (2014). *Prinsip -Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Philip, & K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin L, K. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 J). PT Indeks Gramedia.
- Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasran* (13 ed.). Erlangga.
- Kotler, P. and G. A. (2012). *Priciples of Marketing Global 14th edition*. Prentice.
- Learns, M., & Nainggolan, N. P. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt International Hardware Indo Di Kota Batam*.
- Lestari, S. (2023). Pengaruh Layout Terhadap Minat Beli Ulang. *Keizai*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.56589/keizai.v4i1.308>
- Lidia Kristiani Biba, Ni Putu Nita Anggraini, I. W. G. A. S. J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Petanu Santih Mart Denpasar Selatan. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar, Vol. 4 No.* <https://doi.org/https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/6292>
- Lili Salfina, L. S., & Fernando, R. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Tata Letak Produk Dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Point Equilibrium Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 90–104. <https://doi.org/10.59963/jpema.v5i1.144>

- Maulana, S., Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis Islam, F. (2024). Analisis Pengaruh Ulasan, Responsif, Dan Hari Aktif Terhadap Pkeputusan Repeaterorder (Studi Kasus User Lita). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 13(02), 612–624.
- Natania, F. O., Karnadi, & Ariyantiningih, F. (2024). *Pengaruh Kemasan Produk, Inovasi Produk Dan Display Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Rengginang Cap Tiga Bintang Di Desa Gelung Situbondo*. 3(7), 1334–1347.
- Pater, J Paul dan Olson, J. . (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Prof.H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, C. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Abadi Tejkusumo.
- RAHARJO, D. P. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Minimarket Alfamart Tigaraksa, Tangerang. *Universitas Esa Unggul*. <https://doi.org/https://digilib.esaunggul.ac.id/UEU-Undergraduate-20160101160/16749/citra-merek-kualitas-produk-harga-minat-beli-ulang>
- Rasmana, F. A. S., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Manager : Jurnal Ilmu manajemen*, 3(1), 114. <https://doi.org/10.32832/manager.v3i1.3839>
- Rubika, S., & Bulkia, S. (2021). Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Hypermart Duta Mall Banjarmasin. *Uniska*.
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>
- Safitri, D., Zulistiani, & Leksono, P. Y. (2022). *Analisis keputusan pembelian pada saat pandemi covid-19 di toko bibit tanaman dan buah juwet lestari*. 995–1000.
- Setianingsih, R., & Kusumah, A. (2023). Pengaruh Kelengkapan Produk,

- Keramahan Karyawan Dan Fasilitas Terhadap Keinginan Melakukan Pembelian Ulang Pada Minimarket Angkasa Mart 1 Pekanbaru. *Prosiding Seminar Nasional* ..., 3, 296–308.
<https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/sneba/article/view/5379>
- Sugiarti, U. (2024). 77% Masyarakat Indonesia Lebih Suka Belanja di Minimarket. Goodstats. <https://goodstats.id/article/77-masyarakat-indonesia-menyukai-belanja-di-minimarket-CRkaQ>
- Suprayogi, A., Najibullah, N., Sewaka, S., Sulastris, S., & Ruknan, R. (2022). Pengaruh Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alfamart Cabang Pondok Jagung Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 58–66. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.104>
- Syihabudhin, S. dan. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. Andi Offset.
- Yuda Satya Pratama Saputra. (2021). *Kepercayaan Terhadap Minat Beli Di E-Commerce*.
- Yuhaenida Meilani, A. R. (2024). 77% Masyarakat Indonesia Lebih Suka Belanja di Minimarket: Apa yang Membuatnya Menjadi Favorit? VIVA.co.id.
- Zainullah, A. W., Satoto, E. B., & Winahyu, P. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (*Studi Kasus Pada Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng, Gumukmas – Jember*) *Anas Wahyu Zainullah*. 1(11), 2243–2257.