

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, SUASANA TOKO DAN
KENYAMANAN BERBELANJA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MINIMARKET SULTHAN MART**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

MUHAMMAD NIZAR FAUZI ROMZI
NPM : 19.1.02.02.0067

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2024**

Skripsi oleh:

MUHAMMAD NIZAR FAUZI ROMZI

NPM: 19.1.02.02.0067

Judul:

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, SUASANA TOKO DAN
KENYAMANAN BERBELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MINIMARKET SULTHAN MART**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 12 Juli 2024

Pembimbing I



Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

Pembimbing II



Moch. Wahyu Widodo, M.M.
NIDN. 0721088505

Skripsi oleh:

MUHAMMAD NIZAR FAUZI ROMZI

NPM: 19.1.02.02.0067

Judul:

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, SUASANA TOKO DAN
KENYAMANAN BERBELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MINIMARKET SULTHAN MART**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal: 12 Juli 2024

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

- | | | |
|---------------|-----------------------------|-------|
| 1. Ketua | : Dr. Subagyo, M.M. | |
| 2. Penguji I | : Dian Kusumaningtyas, M.M. | |
| 3. Penguji II | : Moch. Wahyu Widodo, M.M. | |

Mengetahui, Dekan FEB,

Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Muhammad Nizar Fauzi Romzi
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat tgl. Lahir : Nganjuk/ 10 Maret 2001
NPM : 19.1.02.02.0067
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 12 Juli 2024
Yang Menyatakan



Muhammad Nizar Fauzi Romzi
NPM: 19.1.02.02.0067

Motto:

Lupakan Masalahmu, ingatlah persaudaraan yang kamu perjuangkan dulu

Kupersembahkan Karya ini untuk :

- Kedua orang tua saya, Bapak Ramaji dan Ibu Siti Kalimah atas dukungan yang tidak terhingga sampai detik ini.
- Kakak Muhammad Zahrul Azhar Romzi dan Adik Muhammad Ridfiq Alzein Romzi, yang selalu mendukung serta mendoakan saya.
- Keluarga Besar Persaudaraan Setia Hati Terate yang telah menjadi bagian dari saudara dalam suka dan duka
- Nyawiji Official, serta sahabat-sahabat lainnya, terimakasih atas segala dukungan dan semangatnya

Abstrak

Muhammad Nizar Fauzi Romzi “Pengaruh Kelengkapan Produk, Suasana Toko dan Kenyamanan Berbelanja terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Sulthan mart” Skripsi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri 2024

Kata kunci: Kelengkapan Produk, Suasana Toko, Kenyamanan Berbelanja, Keputusan pembelian

Ketatnya persaingan bisnis ritel dimasyarakat adalah yang melatar belakangi penelitian ini. Dengan adanya persaingan yang ketat para pelaku bisnis ritel harus lebih ekstra dalam mempengaruhi konsumen berbelanja ditokonya. Penelitian dilaksanakan pada Minimarket Sulthan Mart yang berlokasi pada Desa Mekikis, Kecamatan Purwoasri, Kabupaten Kediri. Penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana kelengkapan produk, suasana toko dan kenyamanan berbelanja dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Responden dari penelitian ini adalah pembeli pada Minimarket Sulthan Mart secara acak sejumlah 99 responden. Metode dalam penelitian ini ialah kuantitatif yang mana dengan menggunakan kuesioner dan diolah dengan spss v.25. Hasil dari penelitian ini adalah kelengkapan produk secara *partiality* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Susana toko secara *partiality* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kenyamanan berbelanja secara *partiality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Kelengkapan produk, suasana toko serta kenyamanan berbelanja secara Bersama sama atau simultan memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dr. Subagyo, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang dengan tulus membimbing dan mengarahkan dengan baik dalam penyusunan skripsi ini.
5. Moch. Wahyu Widodo, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang dengan tulus membimbing dan mengarahkan dengan baik dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Rudi Suryanto selaku pemilik Minimarket Sulthan Mart dan seluruh pegawai
7. Kedua orang tua penulis yang telah senantiasa memanjatkan do'a dan dukungan moral atau materi bagi penulis.
8. Serta pihak-pihak lain yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan

Kediri, 12 Juli 2024



Muhammad Nizar Fauzi Romzi

NPM: 19.1.02.02.0067

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	8
A. Kajian Teori	8
1. Keputusan Pembelian.....	8
2. Kelengkapan Produk.....	10
3. Suasana Toko.....	13
4. Kenyamanan Berbelanja	16
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Berfikir	19
D. Kerangka Konseptual.....	21

E. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Variabel Penelitian	23
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian.....	27
C. Tempat dan Waktu Penelitian	28
D. Populasi dan Sampel.....	28
E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	44
B. Gambaran Umum Responden	45
C. Analisis Data	52
D. Pengujian Hipotesis	57
E. Pembahasan	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Simpulan	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Skala Likert.....	31
Tabel 3.2 Kisi Kisi Kuisisioner.....	32
Tabel 3.3 Uji Validitas.....	34
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Tanggapan Responden tentang Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.4 Tanggapan Responden tentang Kelengkapan Produk.....	48
Tabel 4.5 Tanggapan Responden tentang Suasana Toko.....	50
Tabel 4.6 Tanggapan Responden tentang Kenyamanan Berbelanja.....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi.....	55
Tabel 4.9 Analisis Linier Berganda.....	55
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi (R^2).....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji t Signifikansi Parsial (Uji t).....	58
Tabel 4.12 Uji Simultan (Uji f).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Ritel	2
Gambar 1.2 Suasana Toko Minimarket Sulthan Mart	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	53
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 2 Tabulasi Penelitian	73
Lampiran 3 Data Output SPSS Uji Validitas dan Reabilitas	85
Lampiran 4 Data Output SPSS Uji Normalitas	90
Lampiran 5 Data Output SPSS Uji Multikolinieritas	90
Lampiran 6 Data Output SPSS Uji Heterokedastisitas.....	91
Lampiran 7 Data Output SPSS Uji Kolerasi	91
Lampiran 8 Data Output SPSS Uji Uji Analisis Linier Berganda.....	91
Lampiran 9 Data Output SPSS Uji Determinasi	92
Lampiran 10 Data Output SPSS Hasil Uji t dan Uji f	92
Lampiran 11 Surat Izin Penelitian	93
Lampiran 12 Surat Balasan Penelitian	94
Lampiran 13 Dokumentasi Penelitian.....	95

BAB I

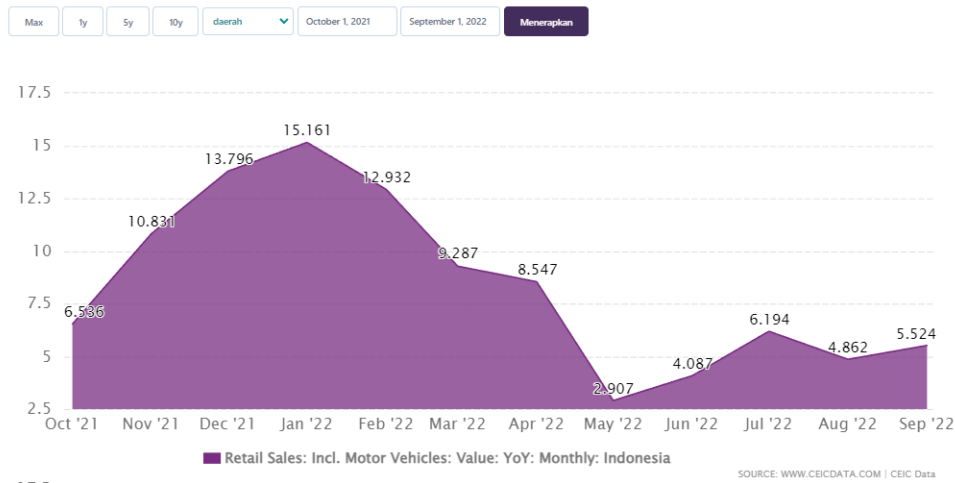
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis semakin pesat yang ditandai dengan banyak dan kompleksnya tantangan di dalamnya. Seiring dengan hal tersebut terjadi pergeseran tata kehidupan masyarakat secara menyeluruh dan cepat yang memberikan dampak pada perubahan ekonomi, sosial dan budaya yang cepat pula. Secara beruntun perubahan perilaku konsumen yang memaksa pemasar untuk lebih cepat, tanggap, teliti, dan dinamis dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pertumbuhan bisnis sektor ritel di Indonesia saat ini semakin meningkat, hal ini terjadi karena pengusaha, baik dalam maupun luar negeri yang terus menerus melakukan kegiatan dalam mengembangkan usahanya. Konsep baru dunia ritel dapat menarik perhatian konsumen karena menawarkan sesuatu yang baru yang dapat menimbulkan rasa senang dalam berbelanja. Kelebihan-kelebihan itulah yang membuat konsep baru ini sangat dipertimbangkan oleh konsumen sebagai tempat tujuan berbelanja menggeser pasar-pasar tradisional (Sopiah dan Syihabudin, 2020). Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia dilaporkan sebesar 5.5 % pada 2022-09. Rekor ini naik dibanding sebelumnya yaitu 4.9 % untuk 2022-08. Data Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia diperbarui bulanan, dengan rata-rata 8.1 % dari 2011-01 sampai 2022-09, dengan 141 observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 28.2 % pada

2013-12 dan rekor terendah sebesar -20.6 % pada 2020-05 (CEID, 2022)



Sumber: CEID

Gambar 1. 1
Grafik Pertumbuhan Ritel

Akibat dari peningkatan sektor ritel di Indonesia menyebabkan terjadinya persaingan pasar yang sangat ketat. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut, para pelaku usaha melakukan strategi demi mencapai tujuan. Salah satu tujuan pelaku usaha adalah dengan meningkatkan keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Balawera,2013). Dalam bisnis ritel terdapat beberapa faktor dalam mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya dengan memperhatikan kelengkapan produk.

Hasil penelitian Widodo (2018) mengatakan bahwa kelengkapan produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian bagi konsumen, Apabila sebuah toko memiliki beragam produk yang dijualnya, maka akan

menarik minat calon pelanggan untuk berbelanja di toko tersebut. Pada dasarnya konsumen cenderung memilih toko ritel dengan kelengkapan produk yang terbilang lengkap agar tidak melakukan pembelian ke beberapa toko yang lain untuk menghemat waktu. Pentingnya menjaga kelengkapan produk agar menjaga loyalitas konsumen dan supaya konsumen tidak merasa kecewa karena waktu mereka yang terbuang (C. W. Utami, 2010). Pada penelitian yang dilakukan pada Minimarket Sulthan Mart yang beralamat di Mekikis, Kec. Purwoasri, Kabupaten Kediri. Minimarket Sulthan Mart masih terdapat kelengkapan produk yang kurang lengkap karena masih banyak rak-rak yang masih belum terisi, dan terdapat beberapa konsumen yang kembali karena tidak menemukan produk yang akan di belinya. Selain kelengkapan produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada toko ritel adalah dengan memperhatikan Susana toko.

Pengaruh suasana toko yang diberikan oleh Minimarket Sulthan Mart saat ini sangatlah penting karena para konsumen juga saat ini telah memilah-milah tempat belanja yang nyaman (Bujung et al., 2020). Suasana toko bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen dan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, selain itu untuk membuat konsumen nyaman dalam memilih jenis produk yang akan dibeli. Menurut (Bujung et al., 2020) Suasana toko adalah suasana dalam toko yang menciptakan perasaan tertentu dalam diri pelanggan yang ditimbulkan dari penggunaan unsur-unsur desain interior seperti pengaturan cahaya, tata suara, sistem pengaturan udara, dan pelayanan. Suasana toko yang diberikan oleh Minimarket Sulthan Mart masih kurang dalam

pemilihan interior untuk toko, terutama pada pemilihan warna lantai yang berwarna kurang senada dengan tembok.



Gambar 1. 2

Suasana Toko Minimarket Sulthan Mart

Selain suasana toko yang harus diperhatikan yaitu menjaga kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Menurut Utami, (2018), Kenyamanan adalah perasaan aman para konsumen atas pelayanan yang baik kepada pelanggan. Dalam kenyamanan berbelanja berfokus pada kenyamanan tempat berbelanja yang aman. Tempat sendiri sangat mempengaruhi keberadaan produk terhadap pertimbangan perilaku konsumen pada saat proses pembelian. Dalam tempat juga dapat dilihat bagaimana keberadaan pesaing untuk memenuhi pasar. Pada Minimarket Sulthan Mart sendiri untuk kenyamanan berbelanja masih kurang, meskipun Minimarket Sulthan Mart memiliki tempat parkir yang luas akan tetapi lokasi toko yang berada di pinggir jalan raya lintas kota menyebabkan risiko keamanan kendaraan konsumen.

Fenomena yang terjadi pada objek penelitian ini adalah tentang bagaimana pengaruh antara keputusan pembelian jika kelengkapan produk masih kurang,

susasa toko yang kurang memadai dan tingkat kenyamanan berbelanja konsumen yang kurang

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kelengkapan Produk, Suasana Toko dan Kenyamanan Berbelanja terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Sulthan Mart”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi masalah yang terjadi sebagai berikut :

1. Kelengkapan produk pada Minimarket Sulthan Mart terbilang kurang lengkap sehingga dapat mempengaruhi kenyamanan berbelanja.
2. Suasana toko Minimarket Sulthan Mart masih kurang terawat dengan baik sehingga dapat mempengaruhi kenyamanan berbelanja.
3. Kenyamanan berbelanja pada Minimarket Sulthan Mart yang kurang nyaman karena pegawai kurang professional dan dapat mempengaruhi kenyamanan berbelanja.

C. Batasan Masalah

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Minimarket Sulthan Mart dibatasi pada kelengkapan produk, Suasana toko dan Kenyamanan berbelanja.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial pada Minimarket Sulthan Mart?
2. Apakah suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial pada Minimarket Sulthan Mart?
3. Apakah kenyamanan berbelanja berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial pada Minimarket Sulthan Mart?
4. Apakah kelengkapan produk, suasana toko dan kenyamanan berbelanja berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan pada Minimarket Sulthan Mart.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian:

1. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian secara parsial pada Minimarket Sulthan Mart.
2. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian secara parsial pada Minimarket Sulthan Mart.
3. Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan berbelanja terhadap keputusan pembelian secara parsial pada Minimarket Sulthan Mart.
4. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk, suasana toko dan kenyamanan berbelanja terhadap keputusan pembelian secara simultan pada Minimarket Sulthan Mart.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat dan kontribusi sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan dan kemajuan dibidang pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai mengenai kelengkapan produk, susasa toko dan kenyamanan berbelanja terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan bermanfaat sebagai masukan dalam mengimplementasikan mengenai kelengkapan produk, susasa toko dan kenyamanan berbelanja terhadap keputusan pembelian.

c. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andy Putra Mahkota. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*, 40(2), 305–306.
- Bujung, T. K. G., Tumbel, A. L., & Lumantow, R. Y. (2020). Pengaruh Suasana Toko Dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tekstil Kawangkoan the Influence of Store Atmosphere and Store Image on Consumer Purchase Decisions in Toko Tekstil Kawangkoan. *Jurnal EMBA*, 8(4), 1000–1009.
- CEID. (2022). *Indonesia Pertumbuhan Penjualan Ritel*. <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-sales-growth#:~:text=Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia dilaporkan,-09%2C dengan 141 observasi>.
- Constantinides. (2004). *in general pathobiology, chap. 3, Apleton & Lange, Connecticut. 3.*
- Dwiyani, Novia Resti; Subagyo, Subagyo; Sardanto, R. (2020). Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffeshop Di Kota Kediri., 6(11), 951–952., 1(April).
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM.SPSS) (8th ed)*.
- Indasari. (2021). *Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada MR.DAV Coffee Shop Palu*.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sopiah dan Syihabudin. (2020). *Manajemen Bisnis Ritel*. Andi Offset.
- Sujarweni. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta.
- Sekaran. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad (2015). (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk, Suasana Toko (Store Atmosphere) Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar. *Suparyanto Dan Rosad*, 5(3), 248–253.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel*. Salemba Empat.
- Utami, S. S. (2018). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe & Resto. *Ekonomi Manajemen*.

- Vigit Bayu Prihantoko. (2021). Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Allyamart Grosir Dan Eceran Buntu Banyumas). *Manajemen Pemasaran*.
- Widiayanti, A. R. (2015). Pemanfaatan Kelapa Menjadi VCO (Virgin Coconut Oil) Sebagai Antibiotik Kesehatan dalam Upaya Mendukung Visi Indonesia Sehat 2015. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Biologi 2015*, 577–584.
- Bujung, T. K. G., Tumbel, A. L., & Lumantow, R. Y. (2020). Pengaruh Suasana Toko Dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Tekstil Kawangkoan the Influence of Store Atmosphere and Store Image on Consumer Purchase Decisions in Toko Tekstil Kawangkoan. *Jurnal EMBA*, 8(4), 1000–1009.
- Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (Nurul Falah Atif (ed.)). Refika Aditama.
- Andy Putra Mahkota. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*, 40(2), 305–306.
- Constantinides. (2004). *in general pathobiology, chap. 3, Apleton & Lange, Connecticut. 3.*
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM.SPSS) (8th ed)*.
- Indasari. (2021). *Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada MR.DAV Coffee Shop Palu*.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sopiah dan Syihabudin. (2020). *Manajemen Bisnis Ritel*. Andi Offset.
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk, Suasana Toko (Store Atmosphere) Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Malaya Mart Bangkinang Kabupaten Kampar. *Suparyanto Dan Rosad*, 5(3), 248–253.
- Utami, S. S. (2018). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe & Resto. *Ekonomi Manajemen*.
- Vigit Bayu Prihantoko. (2021). Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Allyamart Grosir Dan Eceran Buntu Banyumas). *Manajemen Pemasaran*.
- Widiayanti, A. R. (2015). Pemanfaatan Kelapa Menjadi VCO (Virgin Coconut Oil) Sebagai Antibiotik Kesehatan dalam Upaya Mendukung Visi Indonesia Sehat 2015. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Biologi 2015*, 577–584.