

**PENGARUH CITRA TOKO, DISPLAY PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT PENGUNJUNG
TRANSMART PALEMBANG CITY CENTER**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**



Diajukan Oleh:

INDRA ALPANDI

NPM 1901110256

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

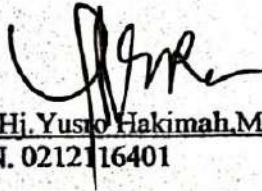
2024


**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Indra Alpandi
No Pokok/NIRM : 1901110256
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Toko, Display Produk Dan Promosi
Terhadap Minat Pengunjung Transmart Palembang City
Center

Pembimbing Skripsi

Tanggal 4/4/24 Pembimbing I : 
Dr. Ir. Hj. Yustio Hakimah, M.M.
NIDN. 0212116401


Tanggal 4 April 2024 Pembimbing II : 
Dian Septianti, S.E., MM.
NIDN. 0206098501

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Msy. Mikhal, S.E., M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi,

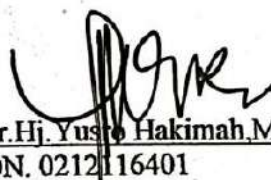

Mariyam Zanariah, S.E., M.M.
NIDN. 0222096301


186 /PS/DFEB/ 24

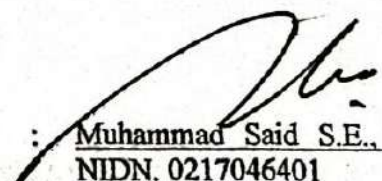
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Indra Alpandi
No Pokok/NIRM : 1901110256
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Toko,Display Produk Dan Promosi Terhadap Minat Pengunjung Transmart Palembang City Center

Pembimbing Skripsi:

Tanggal.....^{4/4}..... Ketua Penguji :  Dr. Ir. Hj. Yusra Hakimah, M.M.
NIDN. 0212116401


Tanggal.....^{4 April 2024}..... Penguji I :  Dian Septianti, S.E., MM.
NIDN. 0206098501

Tanggal.....^{4 April 2024}..... Penguji II :  Muhammad Said S.E., M.Si.
NIDN. 0217046401


Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Dr. Misy Mikial, S.E., M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi,


Mariyam Zanariah, S.E., M.M.
NIDN. 0222096301

186/PS/DFEB/24

**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indra Alpandi

NPM : 1901110256

Program Studi : Manajemen

Program Pendidikan : Strata 1 (S.1)

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, Maret 2024



Indra Alpandi

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘Alamin segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta’ala dan rasa syukur yang luar biasa atas nikmat sehat, nikmat iman, nikmat islam dan berkat rahmat hidayah-Nya pula sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Citra Toko, Display Produk dan Promosi Terhadap Minat Pengunjung Transmart Palembang City Center”**.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajiannya yang mungkin disebabkan oleh keterbatasan serta kemampuan yang penulis miliki. Tetapi dengan bantuan, bimbingan, masukan dan dorongan semangat serta kesabaran yang diberikan oleh semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan jadwal waktu yang telah direncanakan.

Dengan selesainya penelitian ini, penulis mengucapkan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H Edizal AE., M.S. selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr .Msy. Mikial, SE, M.Si, CA, SSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan selama studi.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, MM selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan selama studi.
4. Ibu Dr.Ir.Hj. Yusro Hakimah, M.M selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah berusaha keras untuk memberikan bimbingan guna penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Dian Septianti, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah berusaha memberikan bimbingan guna penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak Muhammad Said, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu sejak awal perkuliahan hingga terselesaikan skripsi ini.
7. Toko Transmart Palembang City Center yang telah bersedia memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
8. Kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberi dukungan.

Semoga Allah Subahanahu Wa Ta'ala melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Palembang, Maret 2024

Indra Alpandi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
RIWAYAT HIDUP.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Minat Pengunjung	6
2.1.1 Pengertian Minat Pengunjung.....	6
2.1.2 Karakteristik Minat Pengunjung	6
2.1.3 Dimensi dan Indikator Minat Pengunjung.....	7
2.2 Citra Toko	9
2.2.1 Pengertian Citra Toko.....	9

2.2.2	Peran Citra Toko	9
2.2.3	Dimensi dan Indikator Citra Toko	12
2.3	Display Produk.....	11
2.3.1	Pengertian Display Produk	11
2.3.2	Manfaat Display Produk.....	12
2.3.3	Strategi Display Produk.....	12
2.3.4	Dimensi dan Indikator Display Produk.....	13
2.4	Promosi.....	14
2.4.1	Pengertian Promosi	14
2.4.2	Manfaat Promosi.....	15
2.4.3	Dimensi dan Indikator Promosi	16
2.5	Penelitian Lain yang Relevan	17
2.6	Kerangka Berpikir	19
2.7	Hipotesis	19
BAB III	METODE PENELITIAN.....	21
3.1	Tempat dan waktu Penelitian.....	21
3.1.1	Tempat Penelitian.....	21
3.1.2	Waku Penelitian	21
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan data	22
3.2.1	Sumber Data	22
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.3	Populasi, Sampel dan Sampling	24
3.3.1	Populasi	24
3.3.2	Sampel.....	25
3.3.3	Sampling.....	26
3.4	Rancangan Penelitian	27
3.5	Variabel dan Definisi Operasional	29

3.5.1	Variabel Penelitian	29
3.5.2	Definisi Operasional.....	30
3.6	Instrumen Penelitian	33
3.7	Uji Instrumen Penelitian	33
3.7.1	Uji Validitas	33
3.7.2	Uji Reliabilitas	34
3.8	Uji Asumsi Klasik	34
3.8.1	Uji Normalitas.....	34
3.8.2	Uji Multikolinieritas	35
3.8.3	Uji Heteroskedasitas	35
3.9	Teknik analisis data	36
3.9.1	Analisis Statistik deskriptif	36
3.9.2	Analisis Inferensial	36
3.9.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.9.4	Analisis Koefisien Korelasi.....	38
3.9.5	Analisis Koefisien Determinasi	39
3.10	Uji Hipotesis.....	39
3.10.1	Uji F	39
3.10.2	Uji t	40
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Hasil Penelitian	41
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.1.1.1	Visi dan Misi Perusahaan	42
4.1.1.2	Struktur Organisasi.....	43
4.1.1.3	Tugas dan Tanggung Jawab.....	43
4.1.2	Karakteristik Responden.....	45
4.1.3	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	48

4.1.3.1 Uji Validitas	49
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	52
4.1.4 Hasil Analisis Data	53
4.1.4.1 Uji Normalitas	53
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	54
4.1.5.1 Uji Multikolinieritas	54
4.1.5.2 Hasil Uji Heteroskedatistas	55
4.1.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.1.7 Hasil Koefisien Determinasi	57
4.1.8 Hasil Koefisien Korelasi	57
4.1.9 Uji Hipotesis	60
4.1.9.1 Uji F	60
4.1.9.2 Uji t	61
4.2 Pembahasan	64
4.2.1 Pengaruh Citra Toko, Display Produk dan Promosi Terhadap Minat Pengunjung Tranmart Palembang City Center	64
4.2.2 Pengaruh Citra Toko Terhadap Minat Pengunjung Transmart Palembang City Center	65
4.2.3 Pengaruh Display Produk Terhadap Minat Pengunjung Transmart Palembang City Center	65
4.2.4 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pengunjung Transmart Palembang City Center	66
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Lain yang Relevan	17
3.1 Waktu Penelitian.....	21
3.2 Populasi	24
3.3 Instrumen Skala Likert	33
3.4 Tabel Korelasi.....	30
4.1 Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	49
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Display Produk.....	50
4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	50
4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pengunjung.....	51
4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
4.8 Hasil Uji Normalitas	53
4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	54
4.10 Hasil Heteroskedastisitas	55
4.11 Hasil Analisis Linear Berganda.....	55
4.12 Hasil Koefisien Determinasi	57
4.13 Interpretasi Nilai.....	58
4.14 Hasil Uji Korelasi.....	58
4.15 Hasil Uji Secara Simultan.....	60
4.16 Hasil Uji Parsial.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Berpikir.....	22
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	42
4.2 Jenis Kelamin Responden.....	47
4.3 Prodi Responden.....	48

ABSTRAK

INDRA ALPANDI, Pengaruh Citra Toko, Display Produk dan Promosi Terhadap Minat Pengunjung Transmart Palembang City Center. (Dibawah bimbingan Ibu Dr.Ir.Hj. Yusro Hakimah, M.M dan Dian Septianti, S.E., M.M)

Penelitian ini pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Toko, Display Produk dan Promosi Terhadap Minat Pengunjung Transmart Palembang City Center. Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan dokumentasi perusahaan. Adapun dalam penentuan sampel teknik yang digunakan yaitu metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan menggunakan aplikasi statistik SPSS versi 26. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa.

Secara simultan atau bersama-sama (Uji F) hasil yang diperoleh tersebut terdapat adanya pengaruh yang signifikan dari Citra Toko (X_1), Display Produk (X_2) dan Promosi (X_3) terhadap Minat Pengunjung (Y) dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dengan persamaan regresi linear berganda $Y = 2,395 + 0,375X_1 + 0,375X_2 + 0,210X_3$. Berdasarkan tabel hasil uji parsial (uji t) dapat dijelaskan: variabel Citra Toko (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Pengunjung (Y) dengan nilai sig $0,000 < 0,05$, variabel Display Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Pengunjung (Y) dengan nilai sig $0,000 > 0,05$ dan variabel Promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Pengunjung (Y) dengan nilai sig $0,015 < 0,05$.

Kata Kunci: Citra Toko, Display Produk, Promosi, Minat Pengunjung

RIWAYAT HIDUP

Indra Alpandi, dilahirkan di kota Palembang pada tanggal 12 Januari 1998 dan merupakan anak ke empat dari lima bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2011 di SD Negeri 69 Palembang, Sekolah Menengah Pertama di selesaikan pada tahun 2014 di SMP Negeri 31 Palembang, Sekolah Menengah Kejuruan pada tahun 2017 di SMK Negeri Sumatera Selatan. Pada tahun 2019 saya memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

Palembang, Maret 2024

Indra Alpandi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen pemasaran adalah proses analisis, perencanaan, implementasi, serta pengendalian atas program-program yang didesain untuk menciptakan, membangun, dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan-tujuan organisasional atau tujuan-tujuan perusahaan, memiliki tugas untuk memasarkan produk perusahaan, sehingga tercapai tingkat keuntungan jangka panjang perusahaan dan menjamin kelangsungan hidup serta pengembangan perusahaan.

Manajemen Pemasaran melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan pemasaran seperti penentuan harga produk, promosi, branding, dan penjualan sebagai aspek di sebut juga ialah dalam bisnis retail.

Retail adalah sebuah penjualan produk atau jasa dari sebuah bisnis kepada konsumen untuk dapat digunakan atau dikonsumsi oleh mereka sendiri. Di dalam hal bisnis, arti dari retail merupakan sebuah upaya pemasaran barang atau jasa yang dilakukan secara eceran atau satuan langsung kepada para konsumen untuk keperluan pribadi mereka maupun rumah tangga. Jadi pembelian yang mereka lakukan bukan untuk dijual kembali. Tempat berbelanja seperti retail atau toko pada saat ini sangat lah di minati setiap kalangan yang dimana bagi setiap orang sangat lah penting untuk sarana di kunjungi bersama orang terdekat atau pun keluarga, tak hanya menjadi pusat keramaian untuk menghabiskan waktu bersama keluarga.

Toko besar atau retail juga menjadi pusat tujuan untuk semua kalangan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Berbelanja dengan waktu yang cukup panjang berbeda dengan beberapa pasar tradisional yang hanya di waktu tertentu, Retail juga memiliki barang yang tak dimiliki oleh pasar tradisional itu sendiri. Sebagaimana banyak yang dicari semua kalangan seperti kebutuhan sehari-hari dan fashion.

Memberikan pelayanan kepada pembeli secara langsung dengan pelayanan atau disebut *service customer*, tak heran harga yang ditawarkan berbeda dibandingkan dengan harga pasar tradisional. Disini lah banyak hal yang dicari oleh setiap pengunjung yang datang tak hanya tentang harga namun dengan kualitas yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan oleh toko retail itu sendiri.

Dengan adanya toko retail juga memudahkan setiap orang memilih beberapa tempat tujuannya sendiri, dalam hal ini di kota Palembang beberapa retail yang sudah menempati tempat strategis di pusat kota, contohnya ialah retail Transmart Palembang City Center.

Transmart Palembang City Center yang bergerak di bidang toko retail, dimana perusahaan ini menyediakan semua keperluan dan kebutuhan yang dicari oleh pelanggan. Keunggulan yang ada di Transmart Palembang City Center ialah produk yang dijual ialah seperti makanan atau minuman terlengkap karena memiliki tempat yang luas di dalam area lantai memudahkan untuk memperluas tempat meletakkan produk yang dijual seperti makanan kaleng atau makanan ringan yang belum tentu di retail lain memiliki barang yang terlengkap seperti Transmart Palembang City Center berikan. Memiliki barang yang dibutuhkan tak hanya untuk makanan yang diberikan oleh Transmart Palembang City Center juga menawarkan

barang elektronik seperti handphone, laptop, tv, ac dan beberapa barang elektronik dan pakaian *fashion* yaitu *departemen store*. Seringkali perusahaan toko retail dihadapkan dengan berbagai masalah, seperti kesulitan mencapai target dalam mendapatkan pengunjung, sehingga perusahaan harus meningkatkan strategi pemasarannya.

Menurut Tjiptono (2015:53), keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Pada saat melakukan keputusan pembelian citra positif dari merek produk yang akan dikonsumsi menjadi salah satu motif.

Fenomena yang terjadi pada Transmart Palembang City Center yaitu kurangnya minat pengunjung disebabkan mereka mendapatkan citra yang kurang baik dari pengunjung sebelumnya yang menimbulkan pemikiran negatif untuk pengunjung baru toko Transmart Palembang City Center. Persaingan yang ketat dari perusahaan toko retail sejenis lain yang bisa menjadi ancaman bagi perusahaan dalam mencari pengunjung, salah satu strategi agar suatu toko mampu bersaing dan bertahan dalam pasar retail adalah membangun citra toko yang baik di mata pengunjung, disebabkan citra toko dapat mempengaruhi proses kepercayaan pengunjung atas reputasi untuk mendatangi kembali toko, serta keadaan ekonomi yang kurang menentu sehingga dapat mempengaruhi daya tarik minat pengunjung di Transmart Palembang City Center.

Tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan hubungan yang harmonis sehingga memberikan dasar yang baik terhadap pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap suatu merek (loyalitas konsumen). Suatu perusahaan toko retail sangat membutuhkan pengunjung yang loyal terhadap produk, karena dengan memiliki pengunjung yang loyalitas maka laba suatu perusahaan akan stabil bahkan terus meningkat. Minat pengunjung adalah komitmen terhadap suatu merek atau toko berdasarkan sifat yang sangat positif dalam jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan citra nama toko.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Toko, Display Produk dan Promosi Terhadap Minat Pengunjung Transmart Palembang City Center.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Apakah pengaruh citra toko, display produk dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat pengunjung di Transmart Palembang City Center ?
- 2) Apakah citra toko secara parsial berpengaruh terhadap Minat Pengunjung di Transmart Palembang City Center ?
- 3) Apakah display produk secara parsial berpengaruh terhadap minat pengunjung di Transmart Palembang City Center ?

- 4) Apakah promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat pengunjung di Transmart Palembang City Center ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui:

- 1) Pengaruh Citra Toko, Display Produk dan Promosi secara simultan terhadap Minat Pengunjung Transmart Palembang City Center.
- 2) Pengaruh Citra Toko secara parsial terhadap Minat Pengunjung Transmart Palembang City Center.
- 3) Pengaruh Display Produk secara parsial terhadap Minat Pengunjung Transmart Palembang City Center.
- 4) Pengaruh Promosi secara parsial terhadap Minat Pengunjung Transmart Palembang City Center.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman mengenai penulisan dan penyusunan dalam sebuah penelitian serta dapat menerapkan metode atau ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan melatih untuk menganalisa permasalahan yang ada serta mencari penyelesaiannya.

- 2) Bagi Perusahaan / Instansi

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan Transmart Palembang City Center dapat memperbaiki kualitas Citra toko, Display Produk dan Promosi agar pengunjung puas dalam berbelanja di Transmart Palembang City Center, sehingga perusahaan mendapatkan banyak pengunjung yang datang berbelanja serta dapat memberikan keuntungan lebih bagi perusahaan.

3) Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam melakukan penelitian untuk permasalahan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2023). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ayu Setianingtyas & Eka Indah Nurlaili (2020) *Analisis Social Media Marketing dan Tampilan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pamos Shop Mojokerto* <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Andini Kartika Sari. (2018). Pengaruh *Discount, Brand Image, dan Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying*. Surakarta: *Academica Journal of Multidisciplinary Studies*
- Anwar Sanusi, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jln. Raya Lenteng Agung No.101, Jagakarsa, Jakarta Selatan, 12610
- Arief Adi Satria (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*. PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Albarq. (2014). Measuring the Impacts of Online Word of Mouth on Tourists" Attitude and Intentions to Visit Jordan : An Empirical Study. *International Bussines Research vol.7 (1), 14-22*
- Adji, P., & Dr. Hartono Subagio, S.E., M. . (2013). Pengaruh Retail Mix Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa UK Petra Di Circle K Siwalayankerto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 1(2), 1–10*.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Andi Offset, Yogyakarta.

- Jill, Griffin. 2015. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Keller, K.L. (2020) *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. 5th Edition, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran*. edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2013).*Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: PenerbitErlangga.
- Kinney, Thomas C dan James R. Taylor. 2012. *Riset Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ni Made Dhian Rani Yulianti, Ni Wayan Sri Suprati, Ni Nyoman Kerti Yasa
Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol.8 No.1, Februari 2014,36. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Oky S. Dharma, Maria Magdalena. 2017. *Pengaruh Display Produk dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif Pada Minimarket Rifa Mart Padang*.

- Kusuma, G.W., Idrus, S., dan Atim Djazul., 2013. *The Influence of Hedonic shopping Motivations on Buying Decision with Gender as Dummy Variable*. Malang: *European Journal of Business and Management*
- Muruganantham, C., and S. R. Bhakat. 2013. *A Review of Impulse Buying Behavior*. India: *International Journal of marketing Studies*.
- Tjiptono, Fandy. 2018. *Strategi Pemasaran*. Cetakan Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Restu Shofina Hassa (2023: 1-11). *Analisis Pengaruh Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Donat Madu di Bandung*. Penerbit *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)*
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Laksana (2019:129). (2021). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951– 952., 2013–2015.
- Sinta Maryana & Berlintina Permatasari (2021) *Promosi, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung)*
- K.G. Darmawan N.N. Yulianthini , A.A.N.Y.M. Mahardika (2020) *Pengaruh Kualitas Pelayanan,Harga dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*