PENGARUH ATMOSFER TOKO, KELENGKAPAN PRODUK, DAN DISPLAY TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA "TOKO IMAM"
(Studi pada Masyarakat Desa Pacewetan Kabupaten Nganjuk)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagaian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

OLEH :
MOHAMAD ERWIN KURNIAWAN
NPM : 12.1.02.02.0156

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI
2016

Skripsi Oleh:

MOHAMAD ERWIN KURNIAWAN
NIM: 12.1.02.02.0156

Judul:

PENGARUH ATMOSFER TOKO, KELENGKAPAN PRODUK, DAN DISPLAY TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA "TOKO IMAM"
(Studi pada Masyarakat Desa Pacewetan Kabupaten Nganjuk)

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi pada Program Studi Manajemen
FE UNPGRI Kediri

Tanggal: 22 Juli 2016

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M	**Gesty.Ernestivita, S.S.,M. M**
NIDN. 0723105703	**NIDN. 0720059101**

ii

Skripsi Oleh:

MOHAMAD ERWIN KURNIAWAN
NIM: 10.1.02.02.0156

Judul:

PENGARUH ATMOSFER TOKO, KELENGKAPAN PRODUK, DAN DISPLAY TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA "TOKO IMAM"
(Studi pada Masyarakat Desa Pacewetan Kabupaten Nganjuk)

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
pada Program Studi Manajemen FE UNP Kediri
pada Tanggal : Agustus 2016

dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:		Tanda Tangan
1. Ketua	:**Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.**	
2. Penguji I	: **Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.**	
3. Penguji II	: **Gesty Ernestivita, S. S, M.M.**	

Mengetahui, Agustus 2016
Dekan FE,

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

iii

PENGARUH ATMOSFER TOKO, KELENGKAPAN PRODUK, DAN DISPLAY TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA "TOKO IMAM"
(Studi pada Masyarakat Desa Pacewetan Kabupaten Nganjuk)

Mohamad Erwin Kurniawan
12.1.02.02.0156
Ekonomi – Manajemen
erwink303@gmail.com
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.
dan Gesty Ernestvita, S.S., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Pertumbuhan bisnis ritel yang semakin meningkat berdampak pada gaya hidup dan pola berbelanja masyarakat yang semakin berkembang. Karena Masyarakat lebih memilih berbelanja di ritel modern yang memiliki banyak keunggulan di banding ritel tradisional.

Permasalahan penelitian ini adalah apakah atmosfer toko, kelengkapan produk, display toko mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Imam.Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atmosfer toko, kelengkapan produk dan display toko terhadap keputusan pembelian di Toko Imam yang dilakukan masyarakat Desa Pacewetan.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara dan kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Desa Pacewetan yang melakukan pembelian di Toko Imam. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 50 orang. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu statistik yakni SPSS *for windows versi* 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :Secara parsial (individu), variable atmosfer toko, kelengkapan produk, dan display toko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusanPembelian. Karena dengan adanya pengujian secara induvidu, mempunyai pengaruh dalam pembelian di toko imam (2), Secara simultan (bersama-sama), atmosfer toko, kelengkapan produk, dan display toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya pengaruh secara simultan dapat mempengaruhi konsumen saat berada di Toko.

Berdasarkan hasil penelitian diharapkan Toko Imam untuk lebih meningkatkan strategi pemasaran khususnya atmosfer toko, dan display toko, sehingga dapat meningkatkan selera konsumen untuk membeli ulang dan juga dapat menarik konsumen baru untuk melakukan pembelian di Toko Imam.

Kata kunci : Atmosfer Toko, Kelengkpan Produk, Display Toko, dan Keputusan Pembelian.

I. LATAR BELAKANG

A. Latar Belakang Masalah

Sekarang ini perkembangan dalam bidang ekonomi terutama dalam bisnis ritel juga mengalami pertumbuhan dan kemajuan yang pesat. Sehingga sulit dihindari, karena persaingan bisnis ritel menjadi semakin tajam, baik antara ritel modern maupun ritel tradisional. Hal ini disebabkan oleh semakin banyak berdirinya supermarket, mini, market, swalayan, atau sejenisnya. Akibatnya konsumen menjadi semakin kritis dalam melakukan pembelian atas produk yang mereka butuhkan. Dalam kondisi tersebut pengusaha dituntut harus lebih bekerja secara profesional agar mampu bersaing dan bertahan.

Adanya pertumbuhan dan kemajuan mengubah karekteristik belanja masyarakat. Karena masyarakat memiliki kecenderung lebih memilih berbelanja di ritel modern dari pada ritel tradisional. Hal ini dikarenakan ritel modern menyediakan fasilitas yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, seperti kenyamanan dalam berbelanja, kepastian harga, pelayanan yang memuaskan, tersedianya kelengkapan produk yang berkualitas, lokasi yang strategis serta promosi yang menarik konsumen. Keputusan pembelian seseorang dipengaruhi olehbanyak faktor, seperti faktor sosial, faktor kebudayaan, dan psikologi. Menurut Kotler & Amstrong (2005:347), menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen mempunyai beberapa pertimbangan, diantaranya adalah keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merk, penjualnya, jumlah produk, waktu pembelian dan cara pembayaran.

Atmosfer toko merupakan salah satu kunci pokok untuk menarik konsumen, karena konsumen lebih memilih suasana tokoh yang bersih dan nyaman saat berada ditoko. Dan Biasnya para konsumen lebih memilih berbelanja di toko yang menyediakan produk lengkap dan beragam sesuai kebutuhan mereka.

Selain atmosfer toko dan kelengkapan produk, display toko juga mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian konsumen, untuk itu barang dagangan yang disediakan toko hendaknya di display atau ditata sedemikian rupa, sehingga tampak rapi dan menarik.

Toko tradisional yang mampu bertahan terhadap pesaing, salah satunya yaitu Toko Imam.Toko Imam iniberada di Jalan Pasar Pace, Desa Pacekulon. Toko Imam ini sudah berdiri lebih dari 30 tahun. Toko ini menjual kebutuhan sehari-hari seperti beras, gula, minyak goreng, miesabun. Selain itu, Toko Imam juga menyediakan bahan-bahan pembuatan roti.

Toko Imam ini juga memiliki beberapa masalah, yaitu masalah atmosfer toko (suasana toko), karena didalam toko imam suasana tokonya kurang baik. Selanjutnya masalah kelengkapan Toko, karens kelengkapan toko imam ini saya rasa kurang lengkap dan Display Produk (pemajangan produk), didalam penempatan product oko imam masih kurang tepat dalam menempatkan suatu produk.

Berdasarkan hasil latar belakang diatas latar belakang penulis melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Atmosfer Toko, Kelengkapan Produk, dan Display Toko, terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Imam (Studi pada Masyarakat Desa Pacewetan Kabupaten Nganjuk).**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian adalah :

1. Suasana yang kurang menarik untuk di lihat terutama pada lantai Toko yang terasa licin, apalagi kalau banyak konsumen yang berbelanja, suasana di toko berasa sesak, karena banyaknya konsumen yang mengantri dalam berbelanja, serta tidak adanya musik dan wangi-wangian di dalam toko, yang menjadikan konsumen tidak betah saat berada didalam toko rasanya ingin cepat-cepat keluar dari toko.
2. Kelengkapan produk pada Toko Imam menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi konsumen untuk menentukan keputusan pembelian.

C. Batasan Masalah

Pada penelitian ini penulis akan memberikan batasan masalah agar pembahasan dalam penelitian tidak meluas. Peneliti member batasan masalah hanya pada pengaruh atmosfer toko, kelengkapan produk dan display toko terhadap keputsan pembelian pada Toko IMAM.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang Masalah maka peneliti

merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah atmosfer toko mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Imam?
2. Apakah kelengkapan produk mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada toko Imam?
3. Apakah display toko pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada toko Imam?
4. Apakah atmosfer toko, kelengkapan produk dan display toko secara stimulan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Imam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis atmosfer toko yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk menganalisis kelengkapan produk yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Untuk menganalisis display toko mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk menganalisis atmosfer toko, kelengkapan toko dan display toko manakah yang sangat dominan berpengaruh terhadap keputusan Pembelian.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah manfaat teoritis dan praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai program tindak lanjut untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap perusahaan.

b. Bagi Calon Pembeli

Memberikan gambaran dan wawasan kepada calon pembeli mengenai hal-hal yang perlu dipertimbangkan dan diperhatikan dalam memutuskan membeli suatu produk pada sebuah toko.

2. Manfaat Teoritas

a. Bagi Penelitian

Memperoleh pengalaman dan dapat lebih

meningkatkan pertumbuhan dalam bidang Manajemen Pemasaran khususnya pada variable atmosfer toko, kelengkapan produk, dan display toko yang telah diteliti dan dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai bahan wacana maupun bahan referensi penulisan dan menambah pengetahuan di bidang perilaku konsumen.

II. METODE

A. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel Penelitian
   a. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).
   b. Variabel Bebas (*Independent Variable*) Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah atmosfer toko, kelengkapan produk, dan display toko.
2. Definisi Operasional Variabel
   a. Keputusan pembelian adalah suatu proses/ tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.
   b. Atmosfer toko adalah keadaan toko yang didesain untuk menarik konsumen agar mau membeli di toko, melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan penciuman untuk merangsang persepsi dan emosi dari pelanggan.
   c. Kelengkapn produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan.
   d. Display Toko adalah usaha yang dilakukan untuk menata barang yang mengarahkan pembeli agar tertarik untuk melihat dan membeli.

B. Teknik dan Pendekatan Penelitian

1. Teknik Penelitian

Teknik penelitian yang digunakan adalah deskriptif, karena data yang diperlukan dalam penelitian ini belum tersedia sehingga masih perlu

menyusun instrumen pengumpulan data secara terstruktur dan formal.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

C. Tempat Dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Toko Imam Desa Pacewetan Kabupaten Nganjuk

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada bulan April 2016 sampai bulan Juni 2016

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Pada penelitian ini populasi yang ditetapkan adalah seluruh masyarakat Desa Pacewetan Kabupaten yang melakukan pembelian pada Toko Imam pada tanggal 5 Mei sampai tanggal 30 Juni 2016.

2. Sampel

Teknik yang digunakan adalah *random sampling* yaitu sebanyak 50 responden.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis datanya adalah data primer.

2. Sumber Data

Sumber datanya diperoleh dari responden.

F. Langkah-langkah Pengumpulan Data

1. Observasi (pengamatan)
2. Kuesioner

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010:121),"Validitas adalah pernyataan sampai sejauh mana data yang ditampung pada kuesioner dapat mengukur apa yang diukur." Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak. Uji validitas ini menggunakan program SPSS 20. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dengan nilai signifikansi 5% maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2011:458),"Reliabilitas"

adalah "bila suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik." Dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60.

2. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014:18), Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagai amana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan berlaku untuk umum atau generalisasi.

3. Uji Asumsi Klasik
   a. Uji Normalitas
   b. Uji normalitas digunakan untuk menguji variabel dependent dan variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji Multikolineritas

   Menurut Ghozali (2011:160), Uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*).

   c. Uji Heteroskedastisitas

   Menurut Ghozali (2006:105),Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

   d. Uji Autokorelasi

   Menurut Ghozali (2010:95), Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan t-1 (sebelumnya).

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Suharsami, (2006:265),"analisis linier berganda" adalah "suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas

atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat." Adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a+b_1 X_1 + b_2 X_2+b_{3+}X_3+e}$$

5. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

   Koefisien korelasi adalah keeratan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Koefisien korelasi ditentukan dengan melihat nilai *R* pada tabel *summary*.

6. Uji Hipotesis

   a. Uji t (Parsial)

      Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat.

   b. Uji F (Simultan)

      Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y).

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

   Hasil uji normaitas menggunakan grafik normal probability plot menunjukkan titik–titik menyebar mengikuti garis diagonal dan berada disekitar garis diagonal sehingga data berdistribusi normal atau asumsi normaitas telah terpenuhi.

2. Uji Multikolinieritas

   Hasil uji multikolinieritas dilihat bahwa Variabel atmosfer toko, kelengkapan produk, dan display toko memiliki nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,10, yaitu sebesar 0,298; 0,206 ;0,115 sedangkan VIF lebh kecil dari 10, yaitu sebesar 3,355; 4,847; 8,659. Dengan demikian dalam model ini tidak terdapat multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

   Pada grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik–titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas

4. Uji Autokerelasi

Nilai uji Durbin-Watson (DW test) sebesar 1,679. Nilai tersebut berada diantara nilai 2,080 sampai dengan 2,321. Dengan demikian model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

B. Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dari hasil analisis yaitu sebagai berikut:

$Y= 3,223 + 0,169 X_1 + 0,490 X_2 + 0,310 X_3$.

C. Analisis Koefisien korelasi dan Determinasi

Hasil koefisien determiansi diketahui nilai *Adjust R Square* adalah sebesar 0,854. Hal ini menunjukan besarnya pengaruh atmosfer toko, kelengkapan produk dan display toko terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 85,4%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 14,6% akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini

D. Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)
   a) Hasil uji t (parsial) didapat nilai signifikansi atmosfer toko 0,036 < 0,05, artinya atmosfer secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

      Hasil uji t (parsial) didapat nilai signifikansi kelengkapan produk 0,003
   b) < 0,05 artinya pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Uji f (simultan)

   Hasil uji f (simultan) diperoleh ni adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji F variabel atmosfer toko dan display yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari pengujian simultan ini adalah atmosfer toko, kelengkapan produk, display toko yang berpengaruh berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

E. Pembahasan

1. Pengaruh atmosfer toko terhadap kepuasan konsumen Hasil pengujian terhadap hipotesis 1 menunjukkan bahwa secara parsial atmosfer toko berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian.

   Hasil pengujian terhadap hipotesis 2 menunjukkan bahwa

secara parsial kelengkapan produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh display toko terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian terhadap hipotesis 3 menunjukkan bahwa secara parsial display toko berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Pengaruh atmosfer toko, kelengkapan produk dan display toko terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian terhadap hipotesis 4 menunjukkan bahwa secara simultan atmosfer toko, kelengkapan produk dan display toko berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

F. Kesimpulan

a. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh Atmosfer Toko, Kelengkapan Produk dan Display Toko Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Imam (Studi Pada Masyarakat Desa Pacewetan Kabupaten Nganjuk). Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Atmosfer Toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Imam.
2. Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Imam.
3. Display Toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Imam.
4. Atmosfer Toko, Kelengkapan Produk, dan Display Toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Imam.

DAFTAR PUSTAKA

Algifari. 2003. *Statistik induktif untuk Ekonomi dan Bisnis,* edisi 2. Yogyakarta : AMP YKPN.

Ali, Hasan. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama.

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung :Alfabeta.

Carlyan, Radix. 2015. *Pengaruh kelengkapan produk, kepercayaan dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Apotek Guyub rukun Tulungagung*.(Online).www.google.co.id/search?q=pengaruh+kelengkapan+produk&btnG=&client=ms-operamini-android&channel=new. http://simki.unpkediri.ac.id.../11.1.02.02.0250. Diunduh 20 Mei 2016.

Cindy, JuwitaDessyana. 2013. *Store Atmosfer Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di TekasChiken Multimart II Manado*. (online). http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1893.Diunduh 25 juni 2016.

Erlendia, Siti Nova. 2015. *Pengaruh Merchandising, Display, AtmosferToko, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Pesona Sendang Tulungagung*,JurusanManajemen UN PGRI Kediri, Kediri, 21 Desember.

Foster, Beb. 2008. *ManajemenRitel*. Bandung: Alfabeta.

Gilbert, Imam 2013. *Retail marketing management (2nd).* England: Prentice. hall

_____. 2005. *Aplikasi Analis Multivariati Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP

_____. 2006. *StatistikNorparametrik*. Semarang: UNDIP

_____. 2009. *Aplikasi Analisi Multivariati Dengan Program SPSS*. Jakarta: GemaPertama.

_____. 2011. *Aplikasi Analisi Multivariati Dengan Program SPSS edis ikelima.* Semarang: UNDIP.

Hafidzi, Alreza Anan. 2013. *Pengaruh Kelengkapan Produkdan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada swalayan Bravo di kota Bojonegoro).* Semarang: UniversitasNegeri Semarang.

Kismosno, Gugup. 2001. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFE.

Kotler, Philip &Amstrong. 2005. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.

_____. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta : Indeks Kelompok.

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua belas. Jilid Kesatu. Jakarta: Indeks.

_____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13.Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Ma'aruf, Hendri. 2006. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta.

Novianta, Renita. 2013. *Pengaruh Display Toko dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Galery M&N Design Bandung.* (online). http://elibe.unikom.ac.id/dowload.php?id. Diunduh 24 juni 2016.

Pambudi, Wisroyo Ari. 2012. *Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Minat Beli Konsumen (sudi pada group member Group Facebook Batik Mirota Batik Jogja).* Depok: Universitas Indonesia. Diakses 14 Mei 2016.

Raharjani, Jeni. 2005. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan pasar swalayan sebagai tempat berbelanja (studi Kasus pada pasar Swalayan di kawasan seputar Simpang Lima Semarang).* Dalam Jurnal Studi Manajemen & Organisasi, Vol. 2. No. 1 Hal 1-5.

Setiadi, Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta : PT. Indeks.

Sopiah, Syihabudhin. 2008. *Manajemen BisnisRitel*. Yogyakarta :Andi Offsed.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2009. *Metode Penelitian Binis*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif& RND*. Bandung: Alfabeta.

_____.2011. *Metode Penelitian kuantitatif & kualitatif kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

_____, 2014.*Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. bandung: Alfabeta.

Suharmi, Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.Jakarta:RinekaCipta.

Utami, Christina Whidya. 2008. *Strategi PemasaranRitel*. Jakarta:Indeks.

_____. 2010. *Manajemen Ritel :strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.