ARTIKEL

PENGARUH DESAIN PRODUK, KERAGAMAN PRODUK DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DISTRO REPPER (MRICAN – KEDIRI)

The influnce of product design, variety product and store atmosphere to purchase decisions on Repper Distro (Mrican – Kediri)

Oleh:

NINDI IPTOWO
13.1.02.02.0104

Dibimbing oleh :

1. **Prof. Dr. H. Sugiono, M.M.**
2. **Sigit Ratnanato, S.T., M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Nindi Iptowo
NPM	: 13.1.02.02.0104
Telepun/HP	: 081333324443
Alamat Surel (Email)	: nindiiptowo17@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh desain produk, keragaman produk dan suasana toko terhadap keputusan pembelian pada Distro Repper (Mrican – Kediri)
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jalan K.H Achmad Dahlan no. 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarism.
b. Artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 7 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Prof. Dr. H. Sugiono, M.M. 0014015706	Sigit Ratnanto, S.T., M.M. 0706067004	Nindi Iptowo 13.1.02.02.0104

PENGARUH DESAIN PRODUK, KERAGAMAN PRODUK DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBALIAN PADA DISTRO REPPER (MRICAN – KEDIRI)

Nindi Iptowo
13.1.02.02.0104
Ekonomi - Manajemen
nindiiptowo17@gmail.com
Prof. Dr. H. Sugiono, M.M. dan Sigit Ratnanto, S.T., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Dinamika perekonomian bisnis ritel di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Hal itu dikarenakan potensi pasar di Indonesia masih cukup besar, seiring dengan berkembangnya trend mode *fashion* yang mengalami proses modernisasi dalam era globalisasi. Perkembangan bisnis ritel ini juga mengharuskan Distro Repper untuk lebih mengembangkan usahanya, menciptakan inovasi dan memberikan tempat dan pelayanan yang memadahi untuk para konsumen. Atas dasar hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain produk, keragaman produk dan suasana toko terhadap keputusan pembelian.

Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling Method*. Sampel dalam penelitian ini adalah 40 responden dari konsumen yang melakukan pembelian di Distro Repper. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunaan analisis linier berganda.

Kesimpulan penelitian ini: terdapat pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian dan terdapat pengaruh desain produk, keragaman produk, dan suasana terhadap keputusan pembelian.

KATA KUNCI : Desain Produk, Keragaman Produk, Suasana Toko, Keputusan Pembelian.

I. LATAR BELAKANG

Sebagai negara dengan penduduk terbesar keempat didunia, indonesia merupakan daya tarik bagi para pengusaha ritel. Usaha ritel merupakan bagian dari saluran distribusi yang memegang peranan penting dalam rangkaian kegiatan pemasaran dan merupakan perantara dan penghubung antara kepentingan produsen dan konsumen.

Usaha ritel di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat pada beberapa tahun terakhir. Hal ini sejalan dengan adanya perkembangan usaha distribusi, jasa dan peluang pasar yang cukup terbuka, maupun upaya pemerintah untuk mendorong perkembangan usaha ritel melalui peraturan dan undang – undang.

Perkembangan yang dialami bisnis ritel, dalam perjalanannya bukannya tanpa menimbulkan masalah sama sekali. Banyaknya pemain dalam bisnis ritel membuat persaingan menjadi sangat ketat. Peritel besar, terutama perusahaan asing, semakin gencar melakukan ekspansi bisnisnya di Indonesia. Peritel modern kecil dan peritel tradisional menjadi pihak yang berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan.

Dinamika perekonomian bisnis ritel di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Hal itu dikarenakan potensi pasar di Indonesia masih cukup besar, seiring dengan berkembangnya *trend mode fashion* yang mengalami proses modernisasi dalam era globalisasi. Secara umum, jumlah penduduk yang kurang lebih mencapai 230 juta jiwa, akan memicu perkembangan gaya hidup dan pola berbelanja di masyarakat (konsumen).

Menurut Kotler dan Amstrong (2012 : 188) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar - benar membeli. Mengingat begitu pentingnya keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, Distro Repper dituntut agar terus berupaya melakukan strategi inovasi produk agar dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada Distro Repper. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2012 : 230) unsur produk terdiri dari : *product variety, quality product, design, features, brand name, packeging, and service.*

Menurut Utami (2010 : 86) Salah satu starategi untuk menarik konsumen adalah dengan Bauran ritel (*retail mix*) adalah strategi pemasaran yang mengacu pada beberapa variabel dimana peritel dapat mengkombinasikan variabel – variabel tersebut menjadi jalan alternatif dalam upaya untuk menarik konsumen. Variabel tersebut pada umumnya meliputi faktor – faktor seperti : variasi barang dagangan produk / jasa yang ditawarkan, harga iklan, promosi dan tata ruang, desain toko, lokasi toko, dan pengelolaan barang dagangan.

Loudon and Bitta (1998, dalam Utami 2010 : 75) mengatakan : *"There are several factors that influence consumer store choice behavior. They are include store location, physical design, assortment, prices, advertising, sales promotion, personel and service"* dari pengertian tersebut dapat diartikan

bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu toko antara lain : produk, harga, promosi, layanan, dan fasilitas fisik. Jadi konsumen akan memilih antara berbelanja ditoko tersebut sesuai dengan prioritas konsumen.

Berdasarkan uraian di atas mengenai paradigma perkembangan bisnis ritel saat ini . Maka perlu adanya penelitian lebih lanjut dengan judul : **Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Distro Repper.**

II. METODE

Berdasarkan variabel – variabel yang telah diteliti maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriftif.

Menurut Sugiyono (2016 : 21) mengemukakan bahwa : "metode Deskriptif" adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas."

Jadi uraian diatas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang menggunakan suatu variabel tanpa menggunakan variabel lain sebagai objek pembanding.

Melalui jenis penelitian deskriptif maka akan diketahui hubungan antara variabel desain produk, keragaman produk dan suasana toko terhadap keputusan pembelian pada Distro Repper.

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan oleh peneliti di Distro Repper yang beralamatkan di Jl. Gatot Subroto Mrican – Kota Kediri. Dan penulis membatasi ruang lingkup penelitian yaitu hanya pada Konsumen Distro Repper.

2. Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini waktu yang sudah ditentukan oleh penulis yaitu 4 bulan (Maret – Juni) tahun 2017. Tujuan dari penentuan waktu penelitian adalah agar penelitian bisa dilakukan secara efektif dan efisien.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan wilayah yang ingin di teliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2016:80) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Yang menjadi populasi dalam penelitian

ini adalah semua konsumen yang sedang melakukan pembelian pada Distro Repper dan jumlahnya tak terbatas *(infinite)* pada kurun waktu bulan Maret sampai Juni 2017.

2. Sampel

Menurut Roscoe dalam buku *Research Methods for Bussines* (1982 : 253) dalam Sugiyono (2016 : 91) jika dalam penelitian menggunakan regresi berganda maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah (variabel dependen + variabel independen). Dalam penelitian ini ada 4 variabel (3 variabel bebas dan 1 variabel terikat), maka jumlah anggota sampel 10 x 4 = 40 orang.

Jadi sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 40 responden.

a.) Sumber data

Dalam penelitian ini menggunakan data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka – angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atau variabel yang mewakilinya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

1.) Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang telah diteliti. Menurut Sugiyono (2016 : 137) yang menyatakan bahwa "sumber data primer adalah sumber data langsung yang memberikan data kepada pengumpul data". Dan data yang diperoleh dengan cara observasi maupun wawancara kepada pihak Distro Repper.

Adapun cara yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Studi wawancara

Wawancara yang akan dilakukan peneliti adalah wawancara dengan pedoman wawancara. Dengan melakukan wawancara bermaksud untuk wawancara yang lebih mendalam dengan memfokuskan pada persoalan – persoalan yang akan diteliti agar peneliti dengan mudah langsung mendapatkan jawaban dari narasumber. Dan pada pedoman wawancara berisi tentang pernyataan – pernayataan secara garis besar atau informasi yang ingin didapatkan dari narasumber.

b. Studi Kepustakaan (*Library Research)*

Studi Kepustakaan yaitu metode pengumpulan data dengan membaca buku-buku, artikel-artikel serta mencari jurnal maupun penelitian sebagai acuan peneliti terdahulu yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yaitu teori Desain Produk, Keragaman Produk dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian.

c. Studi Lapangan

Menurut Sugiono (2016: 142) "Kuisioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

memberikan pertanyaan - pertanyaan kepada responden dengan panduan kuisioner". Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

b.) Langkah – langkah pengumpulan data

Langkah yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data kuisioner yang berarti dalam penelitian ini menyebarkan angket kepada konsumen dan angket tersebut berisi tentang pernyataan – pernyataan dari masing – masing variabel sepersi desain produk, keragaman produk dan keputusan pembelian.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

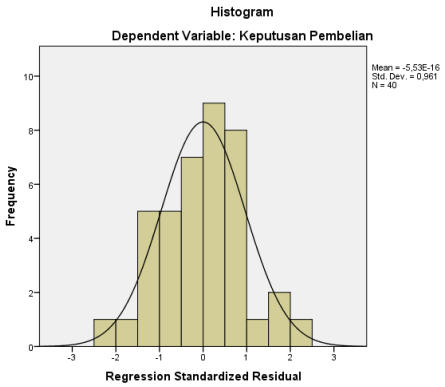
A. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

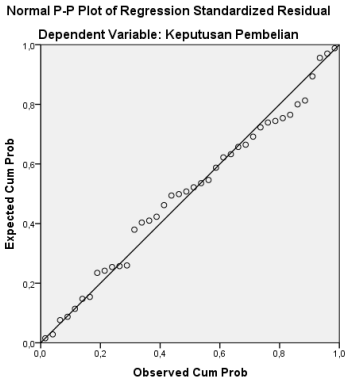
Uji normalitas dibagai menjadi dua. Yakni analisis grafik : grafik histogram dan grafik *normal probability plot.* Serta analisis statistik.

Berdasarkan uji Normalitas yang dilakukan menggunakan program SPSS pada penelitian ini dapat diprleh hasil sebagai berikut :



Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram

Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa data telah berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan gambar tersebut sudah memenuhi dasar pengambilan keputusan, bahwa data memiliki puncak tepat di tengah-tengah titik nol membagi 2 sama besar dan tidak memenceng ke kanan maupun ke kiri, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.3
Uji Normalitas Grafik *normal probability plot*

Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa data telah berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan gambar tersebut sudah

memenuhi dasar pengambilan keputusan, bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Statistik

Berdasarkan uji Normalitas yang dilakukan menggunakan program SPSS pada penelitian ini dapat diprleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,38910400
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,078
	Negative	-,075
Kolmogorov-Smirnov Z		,492
Asymp. Sig. (2-tailed)		,969

a. Test distribution is Normal.
b.Calculated from data.

Untuk analisis statistik dapat dilihat dari tabel 4.9, nilai signifikan *Unstandardized Residual* sebesar 0,969, nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikan yang ditetapkan, yaitu sebesar 0,05 atau 5%. Sehingga menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan uji Multikolinieritas yang dilakukan menggunakan program SPSS pada penelitian ini dapat diprleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Desain Produk	,923	1,083
	Keragaman Produk	,640	1,562
	Suasana Toko	,618	1,619

a.Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa variabel desain produk, keragaman produk dan suasana toko memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,923; 0,640 ; 0,618 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 1,083 ; 1,562 ; 1,619 yang lebih kecil dari 10, dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas, hal ini berarti antar variabel independen tidak terjadi korelasi.

c. Uji Autokorelasi

Berdasarkan uji Autokorekasi yang dilakukan menggunakan program SPSS pada penelitian ini dapat diprleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary[b]

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	3,52749	2,157

a. Predictors: (Constant), Suasana Toko, Desain Produk, Keragaman Produk

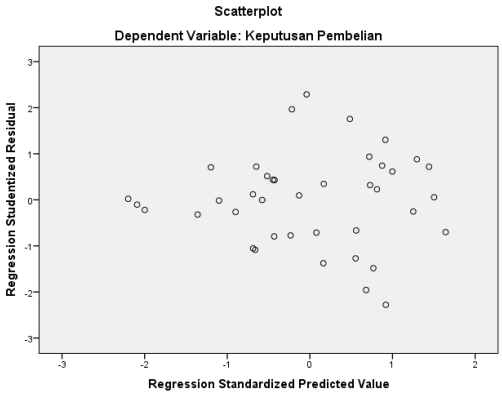
Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel di atas nilai DW hitung lebih besar dari (du) = 1,659 dan kurang dari 4 – 1,659 (4-du) = 2,341 atau

dapat dilihat pada Tabel 4.11 yang menunjukkan du < d < 4 – du atau 1,659 < 2,157 < 2,341, sehingga model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi. Hal ini berarti ada korelasi antara kasalahan penganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

d. Uji Heterokedatisitas

Berdasarkan uji Heteroskedastisitas yang dilakukan menggunakan program SPSS pada penelitian ini dapat diprleh hasil sebagai berikut :



Gambar 4.4
Grafik Scaterplots

Berdasarkan gambar 4.3 yang ditunjukkan oleh grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya tidak mempunyi standar deviasi atau penyimpangan data yang sama terhadap keputusan pembelian

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan uji analisis linier berganda yang dilakukan menggunakan program SPSS pada penelitian ini dapat diprleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	4,683	4,122	
	Desain Produk	,316	,115	,320
	Keragaman Produk	,213	,091	,325
	Suasana Toko	,274	,116	,335

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, maka didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 4{,}683 + 0{,}316\ X_1 + 0{,}213\ X_2 + 0{,}274\ X_3 + \varepsilon$$

3. Koefisien Determinasi (*Adjusted* R^2)

Tabel 4.13

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,742[a]	,550	,513

a. Predictors: (Constant), Suasana Toko, Desain Produk, Keragaman Produk
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.13 diperoleh nilai *Adjusted* R^2 sebesar 0,513. dengan demikian menunjukkan bahwa adalah Desain Produk, Keragaman Produk, dan Suasana Toko dapat

menjelaskan keputusan pembelian sebesar 51,3% dan sisanya yaitu 48,7% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

4. Pengujian Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial/ individu (Uji t)

Berikut hasil pengujian secara parsial menggunakan uji t yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05 atau 5%.

Tabel 4.14
Hasil Uji t (parsial)

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)		1,136	,263
	Desain Produk	,320	2,753	,009
	Keragaman Produk	,325	2,323	,026
	Suasana Toko	,335	2,353	,024

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji t diatas diketahui bahwa masing – masing variabel independen memiliki tingkat signifikan kurang dari 0,05.

b. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (uji F)

Berikut hasil pengujian secara simultan menggunakan uji F yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05 atau 5%

Tabel 4.15
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	547,820	3	182,607	14,675	,000[b]
	Residual	447,955	36	12,443		
	Total	995,775	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
c. Predictors: (Constant), Suasana Toko, Desain Produk, Keragaman Produk

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS *for windows* versi 23 dalam tabel 4.15 diperoleh nilai signifikan adalah 0,000, hasil dari pengujian simultan ini adalah Desain Produk, Keragaman Produk, dan Suasana Toko berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Distro Repper. Artinya jika terjadi peningkatan desain produk maka akan mempengaruhi keputusan pembelian produk di Distro Repper.
2. Keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Distro Repper. Artinya jika terjadi peningkatan keragaman produk maka akan mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Suasana toko berpengaruh signifikan keputusan pembelian produk pada Distro Repper. Artinya jika terjadi peningkatan suasana toko maka akan mempengaruhi keputusan pembelian produk di Distro Repper.
4. Berdasarkan analisis secara simultan membuktikan bahwa variabel desain produk, keragaman produk dan suasana toko berpengaruh atau signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Repper.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Asshiddieqie, fuad. 2012. *Analisis pengaruh harga, desain produk dan citra merekterhadap keputusan pembelian (studi kasus pada produk crooz di Distro Ultra Store Semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Basransyah, angelin. 2016. *Pengaruh store atmosphere, lokasi toko, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Eramart timbau di Tenggarong*. Skripsi. Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Kutai Kartanegara Tenggarong.

Clasrissa, monica. 2014. *Analisis pengaruh store atmosphere, harga, keragamanproduk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Goro Assalam Hypermart*. Skripsi. Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Fedah, nur. 2016. *Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian Lea pada showroom Lea di Samarinda*. eJournal ilmu administrasi bisnis volum 1 nomor April 2016 halaman 237 – 249.

Ghozali, Imam. 2011. aplikasi analisis spss. Semarang : badan penerbit Universitas Diponegoro.

Ilmaya, Fatma. 2011. *Pengaruh interaksi harga dan desain produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen di Eka batik semarang).* Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Juwita, cindy. 2013. *Store atmosphere pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado*. Jurnal EMBA Volum 1 Nomor 3 Juni 2013 halaman . 844 – 852.

Kotler, philip dan Amstrong, Gary. 2012. Prinsip – prinsip Pemasaran. Edisi 1 jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Keller, 2010. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga

Noor, Juliansyah. 2012. Metodologi penelitian. Jakarta : kencana prenada media grup.

Nurrhaman , indra. 2016. *Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian (survei pada pembeli smartphone Nokia X Series di BEC Bandung). Journal of Bussines Management and Entrepeneurship Education*. Volum 1 nomor 1 April 2016 halaman 54 - 63.

Ridwan. 2003.Dasar-dasar statistika. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2016 . metode penelitian pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&d. Cetakan keduapuluh tiga. Bandung : alfabeta.

Tjiptono. 2013. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi

Utami. 2010. Implementasi ritel moderen. Jakarta : salemba empat.

Wakidah, Armin. 2015. *Pengaruh Keragaman Produk, lokasi Dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Indomart Ahmad Dahlan).* Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Wardana, Yuda. 2015. Pengaruh desain produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen charge clothing). Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Widyanto, sunarti. 2014. Pengaruh store atmosphere (suasana toko) terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen distro planet surf mall olympic garden kota malang). Skripsi. Fakultas ilmu administrasi Universitas Barwijaya Malang.