

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN
STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PELANGGAN DELIWafa STORE**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

ZIYAN NIKMATUL MUGNI TILOME

202010160311615

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Deliwafa Store”, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Teriring do’a dan sholawat, senantiasa melimpah ke Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dicky Wisnu Usdek Riyanto, PhD selaku dosen pembimbing satu yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing dua yang penuh kesabaran telah mengoreksi dan memberikan bimbingan serta petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Ayah Arfan Tilome dan Ibu Farida Halalutu serta kakak adik yang telah banyak memberikan do’a, ridho, dukungan dan pengorbanan baik secara moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

4. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis lainnya yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh teman-teman kelas penulis, terima kasih atas dukungan, pengalaman dan kerjasamanya selama perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir.

Hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Robbal Aallamiin. Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, 4 Juli 2024

Ziyan Nikmatul Mugni Tilome

NIM. 202010160311615



LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN DELIWafa STORE

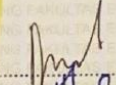
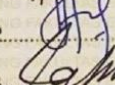
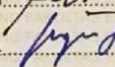
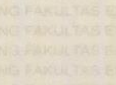
Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ziyān Nikmatul Mugni Tilome
NIM : 202010160311615
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 06 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.
Pembimbing II : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.
Penguji I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.
Penguji II : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

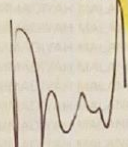
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN,
DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PELANGGAN DELIWafa STORE**

Oleh :

Ziyan Nikmatul Mugni Tilome
202010160311615


Diterima dan disetujui
pada tanggal 06 Juli 2024

Pembimbing I,



Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.

Pembimbing II,



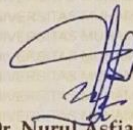
Viajeng Burnama Putri, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Ziyannikmatul Mugni Tilome
NIM : 202010160311615
Program studi : Manajemen
Surel : ziyannikmatul@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 9 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Ziyannikmatul Mugni Tilome

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PELANGGAN DELIWAFA STORE**

**Ziyan Nikmatul Mugni T¹, Dicky Wisnu Usdek Riyanto², Viajeng Purnama
Putri³**

Management Department, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: ziyannikmatul@gmail.com

ABSTRAK

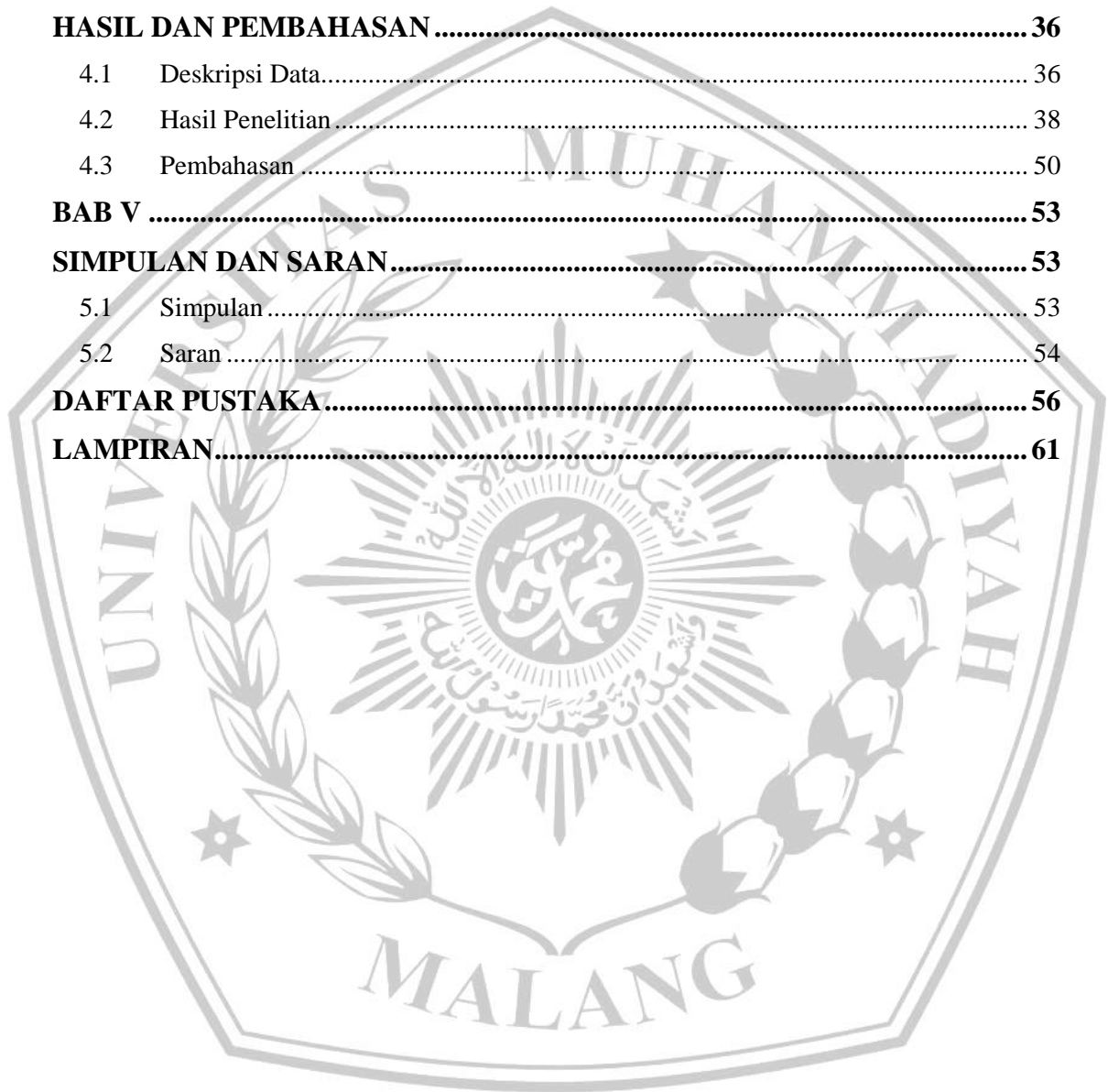
Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian dilakukan terhadap konsumen Deliwafa Store dengan jumlah responden 96 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa Deliwafa Store diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas produk, menambah variasi produk atau jenis produk yang dijual, memperbaiki penataannya raknya sehingga menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: kualitas produk, kualitas layanan, suasana toko, keputusan pembelian

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Pikir dan Hipotesis	21
BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
3.1 Lokasi Penelitian.....	24
3.2 Desain Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel.....	24
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Teknik Pengukuran Variabel	29

3.7	Uji Instrumen	29
3.8	Metode Analisis Data.....	31
3.9	Uji Hipotesis	34
BAB IV.....		36
HASIL DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Deskripsi Data.....	36
4.2	Hasil Penelitian.....	38
4.3	Pembahasan	50
BAB V		53
SIMPULAN DAN SARAN.....		53
5.1	Simpulan	53
5.2	Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....		56
LAMPIRAN.....		61



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Review Pengunjung Deliwafa Store.....	2
Tabel 1.2 Keluhan Pelanggan Deliwafa Store	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Pilihan Jawaban Responden.....	29
Tabel 3.2 Rentang Skala	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Pembelian	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Data	38
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Data	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	42
Tabel 4.9 Jawaban Variabel Kualitas Produk (X1).....	43
Tabel 4.10 Jawaban Variabel Kualitas Produk (X1).....	44
Tabel 4.11 Jawaban Variabel Store Atmosphere (X3)	45
Tabel 4.12 Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	49
Tabel 4.15 Hasil Uji T	49

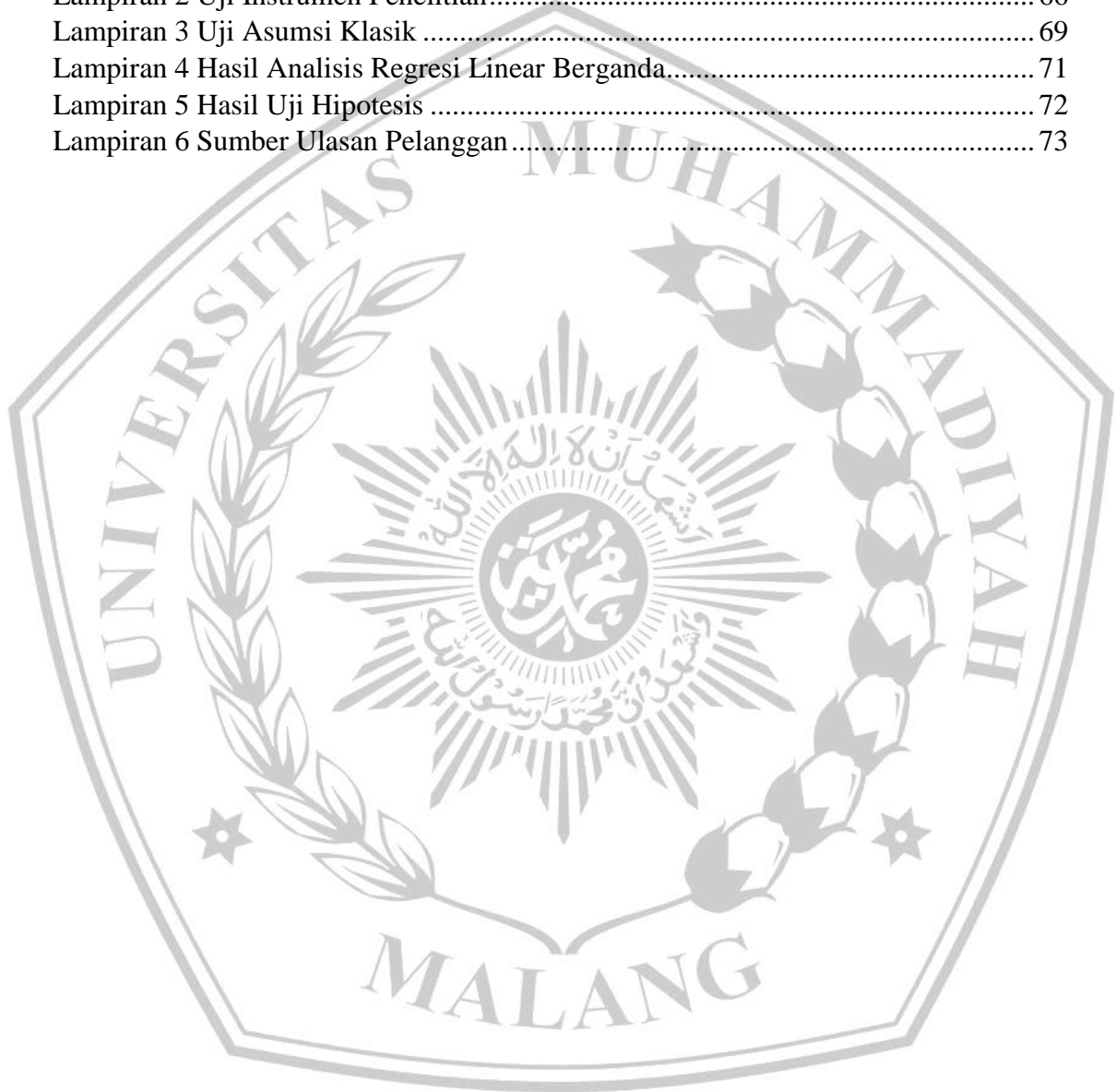
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model perilaku konsumen.....	9
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Kuisisioner Penelitian.....	61
Lampiran 2 Uji Instrumen Penelitian.....	66
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik	69
Lampiran 4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis	72
Lampiran 6 Sumber Ulasan Pelanggan.....	73



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, dkk. (2023). Analisa Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Bloods Clothing Di Barlingmasca). *Journal Of Economics, Management, Business, And Accounting*, 3(2).
- Andrea, M. (2019, July 14). *Gairah Industri Fashion Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190712155341-35-84555/gairah-industri-fashion-indonesia>.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2).
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arslan, Y. (2019). *Improving Marketing Strategies for Private Label Products*. IGI Global.
- Berman, B., Evans, J., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management*. Pearson Education Limited.
- Brunet, J., Colbert, F., Laporte Renaud Legoux, S., & Lussier, B. (2018). *Marketing Management*.
- Budi, P. V., & Yasa, N. N. (2023). *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Beli Ulang*. Media Pustaka Indo.
- Cant, M. C., Strydom, J. W., & Jooste, C. J. (2009). *Marketing Management*. Juta and Company Ltd.
- Cresswell, J. W. (2014). *Research Design*. SAGE Publication, Inc.
- Devitri, N. Y. (2023). Analisis Komparasi Store Atmosphere, Lokasi Store Dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Adventure Flagship Stpre Merr Surabaya Dan Rei Adventure Manyar. *Jurnal Bisnis*, 3(1), 25–39.
- Dewobroto, W. S., & Wijaya, K. (2022). Analysis Of The Effect Of Store Atmosphere And Social Factors On Emotional Responses Affecting Consumers' Purchase Decision. In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* (Vol. 5, Issue 1).
- Dianamurti, I. T., & Damayanti, D. (2023). Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Matahari Plaza Ambarrukmo Yogyakarta Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Fakultas Ekonomi*, 6 (1).

- Febriyanti, H. E., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Store Atmosphere, Promosi, Word Of Mouth Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(1).
- Firika, N., & Widyastuti. (2023). Pengaruh Product Diversity, Store Atmosphere, Dan Lokasi Terhadap Repurchase Intention Konsumen Pada Deliwafa Store Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(15), 491–502.
- Grewal, D., Michael, L., & Lichti, S. (2021). *Marketing*. McGraw-Hill Ryerson Limited.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania.
- Hidayah, I., & Yulianto, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Pakaian Jassy (Itc Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(11), 2–16.
- Hidayat, A., Wijaya, T., Ishak, A., & Endi Catyanadika, P. (2021). Consumer trust as the antecedent of online consumer purchase decision. *Information (Switzerland)*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/info12040145>
- Idrus, S. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*. Media Nusa Creative.
- Iqnata, A. S., & Umbara, T. (2023). Pengaruh Hara, Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Di Store Rabbani Cabang Bandung. *e-Proceeding of Management*, 10(3).
- Jahroni, Sinambela, E., & Darmawan, D. (2021). Pengaruh Citra Toko, Suasana Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3).
- Jariyah, K., & Yucha, N. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Pakaian Ainun Jaya Kota Baru Driyorejo. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMAHA*, 3(1).
- Jaya, I. W., dkk. (2023). Hubungan Word Of Mouth And Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Pasar Modern Dari Korea / Miniso). *Nusantara Hasana Journal*, 3 (6).
- Kasmad. (2022). Analysis of Purchase Decision Estimates Based on Store Atmosphere and Affordable Prices. In *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* (Vol. 2, Issue 1).
- Kememparekraf. (2023, February 18). *Tren Fesyen 2023 di Indonesia, Wastra Menjadi Unggulan*. <https://Kememparekraf.Go.Id/Destinasi-Super-Prioritas/Tren-Fesyen-2023-Di-Indonesia-Wastra-Menjadi-Unggulan>.

- Kerin, R., & Hartley, S. (2023). *Marketing*. McGraw Hill.
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology*. New Age International.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited .
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5).
- Kusumastuti, A., Mustamil Khoiron, A., & Ali Achmadi, T. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Lestari, U., & Sinambela, E. (2023). Keputusan Tempat Pembelian Berdasarkan Kualitas Layanan, Suasana Toko, Dan Persepsi Harga. *Jurnal Satyagraha*, 5(2).
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing*. Pearson Education.
- Maramis, I., Mananeke, L., & Loindong, S. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan Apotek Mercke'lkolongan. *Jurnal EMBA*, 10(1).
- Mega, A. (2017, January 21). *Perkembangan Trend Fashion di Indonesia* . <https://www.kompasiana.com/Annisamega/588321f3cc92731105931d89/Perkembangan-Trend-Fashion-Di-Indonesia?Page=all>.
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). The Effect Of Price Perception, Product Quality And Store Atmosphere On Purchasing Decisions At Immanuel Sonder Stores. In *Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 3).
- Muhtarom, A., Syairozi, M., & Rismayati, R. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47.
- Mukson, Zaman, M. B., & Ikhwan, S. (2021). Analysis of Influence of Product Quality and Price on Buyer's Decision. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, 5(1), 149–160. <https://doi.org/10.21009/jobbe.005.1.10>
- Muqarrabin, R., Zebua, Y., & Lam'ah Nasution, S. (2022). Analysis Of Product Quality, Price, Promotion, And Location Toward Purchase Decision. In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* (Vol. 5, Issue 2).
- Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Penerbit NEM.

- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Paul Ducham.
- Purnama, P., Maryam, S., & Burhanuddin. (2020). Budaya, Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Pembelian Batik Di Toko Kawasan Kampung Batik Laweyan. *JURNAL WIDYA GANECWARA*, 10(4).
- Rizaty, M. A. (2022, August 19). *Industri Tekstil Kembali Melesat 13,74% pada Kuartal II/2022*. <https://DataIndonesia.Id/Industri-Perdagangan/Detail/Industri-Tekstil-Kembali-Melesat-1374-Pada-Kuartal-Ii2022>.
- Rosdiana, dkk. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Marzu Shoop Lombok Timur. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2(1).
- Sa'adah, L., & Munir, A. (2020). *Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson Education.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business*. John Wiley & Sons, Inc.
- Septiyana, F., Shihab, M. S., Kusumah, H., Apriliasari, D., Rasuna Epicentrum, K., R Rasuna Said No, J. H., Setiabudi, K., & Khusus Ibukota Jakarta, D. (2023). Analysis of the Effect of Product Quality, Price Perception and Social Value on Purchase Decisions for Lampung Tapis Fabrics. *APTISI Transactions on Management (ATM)*, 7(1), 54–59. <https://doi.org/10.34306>
- Sholichah, M. (2023, May 5). *Deliwafa Store Malang, Pusat Perbelanjaan Fashion dan Aksesoris Murah Karena Berasal dari Produk Lokal UMKM*. <https://www.jatimhariini.co.id/jawa-timur/8828684793/deliwafa-store-malang-pusat-perbelanjaan-fashion-dan-aksesoris-murah-karena-berasal-dari-produk-lokal-umkm>.
- Siagian, H. F. A. S. (2023, March 30). *Mengenal Revolusi Industri 5.0*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-lahat/baca-artikel/16023/mengenal-revolusi-industri-50.html>.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sofyan, M., Ahmad Junaidi, stiamiaacid, & Fitri Rahmawati, N. (2022). Analisis Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi Pt. Kadiri Logistik Cargo. In *Conference Series* (Vol. 1, Issue 1).

- Solikhah, S. A., Crusma Fradani, A., & Indriani, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Toko Shaga Collection. In *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science* (Vol. 1, Issue 03).
- Sopiyan, P. (2022). *Pen.garuh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. 13(2).
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sulistyo, A. N. B. (2023). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Mirai Management*, 8(2).
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2011). *Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tomliwafa. (2021, March 4). *Perjalanan Tom Liwafa Miliki Kerajaan Bisnis, Berawal dari Jualan Stiker*. <https://Kumparan.Com/Profil-Orang-Sukses/Perjalanan-Tom-Liwafa-Miliki-Kerajaan-Bisnis-Berawal-Dari-Jualan-Stiker-1vHx4kHZKSZ/Full>.
- Tonce, Y., & Rangga, Y. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk*. CV Adanu Abimata.
- Vierdwiyani, D., & Syafarudin, A. (2020). *Analysis Of Service Quality And Brand Image On Customer Satisfaction Through Purchase Decisions As Intervening Variable (Case Study E-Commerce Shopee At Villa Galaxy Housing Rt 002)*. 1(6). <https://doi.org/10.31933/DIJMS>
- Wulandari, P. A., & Ernawati, S. (2024). Pengaruh Sosial Media Dan Atmopshere Store Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Nabila Fashion. *Journal Scientific of Mandalika*, 5(1).
- Ya'cub, M., & Rachman, M. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Penjualan Pada Toko Thrift Shop Sandang 69 Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(1).



Lembaga Informasi dan Publikasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang

Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 7/8/2024

Kode : 2428473679

Nama : Ziyah Nikmatul Mugni Tilome

NIM : 202010160311615

Prodi : Manajemen

Naskah publikasi : LULUS

Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M



Lembaga Informasi dan Publikasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang

Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 7/8/2024

Kode : 2428473679

Nama : Ziyah Nikmatul Mugni Tilome

NIM : 202010160311615

Prodi : Manajemen

Naskah publikasi : LULUS

Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP



Kenny Roz, S.Kom., M.M