

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Daftar Pustaka

Almiswan. 2017 *Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toserba Indrako Taluk Kuantan*. Skripsi.

Al-qur'an surat An-nissa' ayat 29

Assauri, Sofyan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Press.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.

----- . 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penerbit : Universitas Diponegoro.

Gusmaweli. 2017. *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mini Market Indah Taluk Kuantan*. Skripsi.

Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Jilid 2. Erlangga : Jakarta.

----- . 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid II, Edisi Kesembilan, Alih Bahasa Alexander Sindoro: PT Indeks, Jakarta.

----- . 2005. *Manajemen Pemasaran* (Terjemahan), Edisi Kesebelas. PT Indeks : Jakarta.

----- . 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12. Erlangga : Jakarta.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

----- . 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1.
Jakarta : Erlangga.

----- . 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13.
Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta : Erlangga.

----- . 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Levi, M dan Weitz. 2012. *Retailing Management 8th Edition*. New York :
Mc. Graww Hill Irwin.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan
Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.

----- . 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba
Empat : Jakarta.

Munir, M Misbakhul. 2016. *Analisis Pengaruh Retailing Mix terhadap
Keputusan Pembelian pada Minimarket Permata di Kecamatan
Balapulang*. Skripsi.

Rahmat, Arief. 2013. *Pengaruh Bauran Eceran (Retail Mix) Terhadap
Keputusan Pembelian pada Konsumen Carrefour Palembang
Square*. Skripsi.

Riduan. 2013. *Belajar Mudah Untuk Penelitian Untuk Guru Karyawan
dan Peneliti Pemula*. Bandung : alfabeta.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

----- . 2014. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung. Alfabeta.

Swasta, Basu, dan T Hari Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPEF.

----- . 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi ke 2. Liberty : Yogyakarta.

Tjiptono, Fandi. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.

----- . 2000. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.

----- . 2008. *Straegi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.

Utami, Christina Whidya. 2008. *Manajemen Ritel*. Jakarta : Salemba Empat.

----- . 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta : Salemba Empat.

Yusnaningpuri, Yuninda. 2015. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Eceran (Retail Mix) yang Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen pada Super Swalayan Semarang*. Skripsi.