

REFERENCES

- Adinugraha, H. H. et al. (2020). Halal Lifestyle: Theory and Practice in Indonesia. Zahir Publishing. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/HALAL_LIFESTYLE_Theory_and_Practice_in_I/X4gkEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669. Retrieved from <https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213>
- Brastagi The Supermarket. Retrieved from <http://www.brastagi.co.id/index.html>
- Brastagi The Supermarket. Retrieved from <https://www.brastagi.net/home>
- Cristanti, P. A. (2018). Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Label Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Outlet Gardena Yogyakarta. Retrieved from <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/2071/>
- Fauziah, F. (2019). Pengaruh Sales Promotion, Brand Image, dan In Store Display Terhadap Keputusan Pembelian pada Hypermart Giant Gresik (Studi pada Konsumen Hypermart Giant Gresik). Retrieved from <http://eprints.umg.ac.id/2592/>
- Febrida, M. (2014). Orang Indonesia Paling Pendek Se-ASEAN?. Retrieved from <https://www.liputan6.com/health/read/2041273/orang-indonesia-paling-pendek-se-asean>

- Gadi, O. Y. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Promosi Penjualan, Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi pada Toko Dan+Dan di Duta Harapan). Retrieved from <https://ejournals.umn.ac.id/index.php/manajemen/article/download/1472/933>
- Gunawan, D. et al (2016). Pengaruh Store Layout dan Interior Display serta Human Terhadap Customer Shopping Orientation di Conato Café Roxy Square Jember. Retrieved from <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/75394>
- Haryanto, R. (2020). Manajemen Pemasaran Bank Syariah. Duta Media Publishing. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_PEMASARAN_BANK_SYARIAH/W9AeEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Hurriyati et al. (2020). Advances in Business, Management and Entrepreneurship. CRC Press. https://www.google.co.id/books/edition/Advances_in_Business_Management_and_Entr/HGXIDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Indrawati. (2019). Marketing for Non-Marketing Superintendents. Elex Media Komputindo. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/Marketing_for_Non_Marketing_Superintende/V06rDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

- Kang, V. (2021). The Influence of Promotion Towards Customer Purchasing Decision in PT Delica Indonesia. Retrieved from <http://repository.uph.edu/41792/>
- Lukman, E. (2018). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Helm Merek Ink (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang). Retrieved from <http://repository.stiewidyagalumajang.ac.id/498/>
- Mani, J. (2018). Pengaruh Peran Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 2(2), 263 - 280. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v2i2.43>
- Mazuanda, D. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Distro Vearst Jeans Bandung (Survey pada Pengunjung Distro Vearst Jeans Bandung). Retrieved from <http://repository.unpas.ac.id/32844/>
- Melinda, P. et al (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Ceriamart (Studi Kasus Ceriamart Semper Timur). Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/1402/>
- Mico, S. (2020). Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi. Scopindo Media Pustaka. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/KEPUTUSAN_MAHASISWA_DALAM_MEMILIH_PERGU/0srZDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Prasetyo, D. (2019). Perbedaan Sikap Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sebelum dan Sesudah Lebaran di Pasar Modern Kecamatan

- Seberang Ulu Palembang. Retrieved from <http://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/3972/>
- Pratama, H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Smartphone Samsung dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi. Retrieved from <http://e-journal.uajy.ac.id/12095/>
- Sa'adah, L. (2020). Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen. LLPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/Kualitas_Layanan_Harga_Citra_Merk_serta/rZkwEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Sanjaya, H. (2019). Analisis *Display* Produk, *Store Atmosphere* dan *In Store Promotion* Terhadap Pembelian Impulsif di Supermarket Brastagi Gatsu Kota Medan. Retrieved from <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/jurnalfasosa/article/view/3530/3268>
- Satriadi (2021). Manajemen Pemasaran. Samudra Biru. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/R15BEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Sembodo, S. E. (2020). Pengaruh Store Layout dan Interior Display Terhadap Kenyamanan Pelanggan pada Garasi Coffee Bojonegoro. Retrieved from <http://etheses.uin-malang.ac.id/24075/>

- Sitinjak, T. (2020). 1 Karyawan Positif Covid-19 dan 14 Reaktif, Brastagi Supermarket Gatsu Medan Setop Operasi Sementara. Geosiar. Retrieved from <https://geosiar.com/2020/05/20/1-karyawan-positif-covid-19-dan-14-reaktif-brastagi-supermarket-gatsu-medan-setop-operasi-sementara/>
- Sriwindarti. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Brand Image, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Transportasi Online GrabBike di Ponogoro. Retrieved from <http://eprints.umpo.ac.id/5878/>
- Sukyadi, D. et al. (2016). Heritage, Culture and Society. CRC Press. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/Heritage_Culture_and_Society/BQ0NDgAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Supriyadi et al. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. Retrieved from <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/1714/1106>
- Susanti, E. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Kota Banda Aceh. Retrieved from <http://repository.unmuha.ac.id/xmlui/handle/123456789/319>
- Wu, R. (2017). Indonesia, Negara dengan Penduduk Terpendek di Dunia. Retrieved from <https://www.idntimes.com/news/world/robin-wu/indonesia-negara-dengan-penduduk-terpendek-c1c2/1>
- Zalina, D. (2018). Pengaruh Faktor Psikologi Konsumen Etnis Tionghoa Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan (Studi PT Bank Central Asia Tbk Bandar Lampung). Retrieved from <http://repo.darmajaya.ac.id/451/>