

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen tentang Kualitas Produk, Harga Psikologi, Suasana Toko dan *Mobile Advertising* terhadap Minat Beli Ulang pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang adalah baik. Hal ini didasarkan pada hasil analisis deskriptif yang dilakukan terhadap keseluruhan variabel, di mana rata-rata kategori persepsi responden tentang variabel kualitas produk, variabel harga psikologi, variabel suasana toko, variabel *mobile advertising*, dan variabel minat beli ulang, ketiga variabel ini masuk dalam kategori **baik**. Hasil penelitian ini **tidak sesuai** dengan hipotesis yang diajukan.
2. Secara parsial, variabel suasana toko berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang, variabel kualitas produk, harga psikologi dan *mobile advertising* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang. Hasil ini menunjukkan hipotesis tentang Suasana toko **tidak terbukti**, sedangkan Kualitas Produk, Harga Psikologi dan *Mobile Advertising* **terbukti**.
3. Secara simultan, variabel Kualitas Produk, Harga Psikologi, Suasana Toko dan *Mobile Advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

variabel minat beli Ulang pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang. Hal ini menunjukkan hipotesis yang diajukan **terbukti**.

4. Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh besaran pengaruh variabel Kualitas Produk, Harga Psikologi, Suasana Toko dan *Mobile Advertisng* terhadap Minat Beli Ulang Pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang adalah sebesar sebesar 77,8%. Sedangkan 22,2% lainnya, dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini misalnya variabel lokasi, citra merek dan keanekaragaman produk.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian, hasil pembahasan, serta kesimpulan, sehingga saran yang dapat diberikan, sebagai berikut:

1. Ramayana (Flobamora Mall) Kupang sangat diharapkan perlu memperhatikan warna pakaian yang ditawarkan untuk lebih mengikuti trend dan menawarkan warna pakaian yang lebih kalem serta ukuran yang lebih bervariasi serta kualitas pakaian yang lebih bagus.
2. Ramayana (Flobamora Mall) Kupang diharapkan lebih konsisten dalam menetapkan harga psikologi artinya memberi harga ganjil yang cukup besar dengan harga produk yang lebih murah, memotivasi konsumen dan konsumen merasa mendapat potongan harga sehingga konsumen tertarik untuk membeli.
3. Ramayana (Flobamora Mall) Kupang diharapkan untuk dapat meningkatkan suasana toko yang nyaman, dengan cara lebih memperhatikan kerapian serta kebersihan dalam Mall seta memperhatikan

tanda-tanda informasi yang ada di Ramayana (Flobamora Mall) Kupang.

4. Ramayana (Flobamora Mall) Kupang diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan promosi dengan cara membuat iklan yang menarik di sosial media dan menawarkan kepada konsumen untuk lebih menarik minat beli ulang pada Ramayana (Flobamora Mall) Kupang.
5. Bagi peneliti lainnya, yang akan mengadakan riset serupa dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, selanjutnya penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Astuti, Miguana. dan Nurhafifah Matondang. 2020. **Manajemen Pemasaran : Umkm Dan Digital Sosial Media**. Yogyakarta: Deepublish. https://books.google.co.id/books?id=mUkQEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=manajemen+pemasaran+umkm+dan+digital+sosial+media&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwituDIwZ77AhVn4MBHWDrB4IQ6AF6BAgJEAM#v=onepage&q=manajemen%20pemasaran%20umkm%20dan%20digital%20sosial%20media&=false
- Budi, Rahayu. 2020. **Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern**. Bali: Swasta Nulus. <https://id.b.ok.asia/book/12340379/2c18d0>
- Ferdinand, Augusty. 2011. **Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen**: AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 1994. **Manajemen Pemasaran**. YOGYAKARTA: BPFE
- Hasan, Ali. 2018. **Marketing dan kasus-kasus pilihan**. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1999. **Principles Of Marketing**, 12th Edition. New Jersey: Pearson Education. Bob Sabran (Alih Bahasa). 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Racmhat. 2013. **Manajemen Periklanan (Teori dan Praktek)**. Malang: Universitas Brawajaya Press. <https://books.google.co.id/books?is=CeBjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=manajemen+periklanan+teori+dan+praktek&hl=id&newbks-redir=0&source=gb-mobile-search&sa=X&ved=2ahUKEwj25kb4-Ph7ahWDynMBHVxWCEUQ6AF6BAglEAM#v=onepage&q=manajemen%20periklanan%20teori%20dan%20praktek&=false>
- Mulyatiningsih, Endang. 2011. **Riset Terapan Bidang Pendidikan & Teknik**. Yogyakarta: UNY Press. <https://staffnew.uny.ac.id/upload/132296045/lainlain/buku-riset-terapan-apri.pdf>
- Nurdian, Susilowati dan Wangi Nisaul. 2017. **kewirausahaan**. Palembang: Ahli mediaBook. https://books.google.co..id/books?id=JgqUDwAAQBAJ&pg=P2&dq=nurdian+susilowati+kewirausahaan&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwin3fmgJL7AhXkXnwKHUFwCLMQ6Wf6BAgEEAU#v=onepage&q=nurdian%20susilowati%20kewirausahaan&f=false

- Nurfebiaraning, sylvie. 2017. **Manajemen Periklanan**. Yogyakarta: Deepublish. https://books.google.co.id/books?id=CeBjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=manajemen+periklanan+teori+dan+praktek&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwj25kb4_pH7AhWDynMBHVxWCEUQ6AF6BAglEAM#v=onepage&q=manajemen%20periklanan%20teori%20dan/%20praktek&f=false
- Purba, Ramen dan Andriasan Sudarso. 2020. **Aplikasi teknologi informasi: teori dan implementasi**. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis. https://books.google.co.id/books?id=Tmb5DwAAQBAJ&pg=PR5&dq=aplikasi+teknologi+informasi+teori+dan+implementasi&hl=id&newbks=id&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwiZ38zTw577AhXOonMBHWvgD9oQ6AF6BgCEAM#v=onepage&q=aplikasi%20teknologi%20informasi%20teori%20dan%20implementasi&f=false
- Riduan. 2004. **Metode dan Teknis Menyusun Tesis**. Bandung: Alfabeta.
- Riduan, Husdarta. 2012. **Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian**. Bandung: Alfabeta.
- Ritonga, Husni, Mifitah Fikri, Nurafrina Siregar, Agustin Roro dan Rahmat Hidayat. 2018. **Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi**. <https://id.b.ok.asia/book/15149356/0d8fef>.
- Rusydi, Ananda dan Rafida Tien. 2016. **pengantar Kewirausahaan Rekayasa Akademik Melahirkan Entrepreneurship**. Medan: Perdana Publishing. https://books.google.co.id/books?id=55WDEAAAQBAJ&pg=pp1&dq=pengantar+kewirausahaan+rekayasa+akademik+melahirkan+entrepreneurship&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwjDIuhvZ77AhXSTGwGHfiGDwgQ6AF6BAgFEAM#v=onepage&q=pengantar%20kewirausahaan%20rekayasa%20akademik%20melahirkan%20entrepreneurship%20&f=false
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. **Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian**. Yogyakarta: Penerbit Andy.
- Setyawan. 2021. **Hipotesis dan Variabel Penelitian**: Tahta Media. <https://poltekessolo.ac.id/cni/content/uploads/modules/attachments/20210902143751buku%20Modul%20Hipotesis%20dan%20Variabel%20Penelitian.pdf>
- Simamora, Bilson. 2003. **MEMENANGKAN PASAR dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel**. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. https://books.google.co.id/books?id=aoBSEAAAQBAJ&pg=PR4dq=teori+ekonomi+mikro+dan+makro+sudarmanto&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwjK4g5L7AhWzTnwKHWdBATsQ6AF6BAgDEAM#v=onepage&q=memenangkan%2

Opasar%20 dengan %20 pemasaran %20 efektif%20 dan %20 profitabel&f=false

Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. 2015. **Dasar Metodologi Penelitian**. Yogyakarta: LiterasiMedia.Publishing.<https://www.pdfdrive.com/dasar-metodologi-penelitian-dr-sandu-siyoto-skm-mkes-m-ali-sodik-ma-e50467538.html>

Sopiah dan Etta Sangadji. 2016. **salesmanship (Kepenjualan)**. Jakarta: Bumi Aksara.https://dfJmEAAQBAJ&pq=PR5&dq=salesmanship+kepenjualan&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwjgtqLN8JH74hWqTmwGHYWQCjsQ6wF6BAgJEAU#v=onepage&q=salesmanship%20kepenjualan&f=false

Sopiah dan Syihabudhin. (2008). **manajemen bisnis ritel**. Yogyakarta: Andi.

Sudarmanto, Eko, Muhammad Hasan, Muhammad Syaiful, Fazira Nadia, dan Muhammad, Ashar. 2021. **Teori Ekonomi: Mikro dan Makro**: YayasanKitaMenulis.https://books.google.co.id/books?id=aoBSEAAAQBAJ&pg=PR4dq=teori+ekonomi+mikro+dan+makro+sudarmanto&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwja5LPc8ZH7AhWLzHMBHcF3B_QQ6wF6BAgDEAU#v=onepage&q=teori%20ekonomi%20mikro%20dan%20makro%20sudarmanto&f=false

Sudaryono. 2016. **Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi**. Yogyakarta: Andi

Sugiyono. 2006. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung. Alfabeta

Sugiyono. 2017. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung. Alfabeta

Suprapti. Ni Wayan Sri. 2010. **Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran**. Bali: Udayana Universitas Press

Suyanto, M. 2007. **Marketing Strategi Top Brand Indonesia**. Yogyakarta: Andi.https://books.gogle.co.id/books?id=IBnV0DKk_Gyc&pg=pp9&dq=marketing+strategy+top+brand+indonesia&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwjQ4P_gJL7AhUF8HMBHZuGCWwQ6AF6BAgGEAM#v=onepage&q=marketing%20strategy%20top%20brand%20indonesia&f=false

Tjiptono, Fandi, dan Diana Anastasia. 2016. **Pemasaran Esensi dan Aplikasi**. Yogyakarta: Andi.

Zainurossalamia, Saida. 2020. **Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi**. Lombok: Forum Pemuda Aswaja. <https://id.b-ok.asia/book/17570752/67c16>

Jurnal, skripsi, tesis:

- Ananda, Anisa dan Nuslih Jamiat. 2021. **Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang nature republic.** *Jurnal Proceeding of Management*, Vol.8, no. 2, hal 1440.
- Arianto, Nurmin dan Giovanni. 2020. **Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.** *jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 3, no. 2, Hal 12–22.
- Ariyan, hendri. 2013. **Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua di Kota Padang.** *Jurnal Manajemen*, Vol. 2, No. 1, Hal. 1–11.
- Catharine, Jenifer Isabella dan Santoso Thomas. 2021. **Pengaruh Kemenarikan Produk dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Ulang Pada Miniso di Surabaya.** *Jurnal Agora*, vol. 9, no. 4.
- Detriana, Salsa. 2021. **Pengaruh E-commerce dan Mobile Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash PT. Nasa Stokkist R.2137 Banjarnegara Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Konsumen Facial Wash Pt. Nasa di Stokkist R.2137 Banjarnegara).** Skripsi Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN- Indonesia Mandiri.
- Djuang, Gaudensius. 2006. **motif pelanggan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa koperasi kredit di kota kupang.** Tesis Program Studi Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya Malang.
- Fatmasari, Nurul. 2015. **Pengaruh Midnight Sale dan Harga Ganjil Terhadap Minat Beli Konsumen Wanita (Studi Kasus Pada Matahari Department Store Ekalokasari Plaza Bogor).** Sekolah Tinggi Ilmu Kesatuan Bogor.
- Faradisa Isti, Budi Leonard, dan Minarsi Maria. 2016. **Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada indonesian coffeeshop semarang (ICOS CAFE).** *Journal of Management*, vol. 2, no. 2
- Farisi, Salman. 2018. **Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.** *Journal The National Conferences Management and Business.*
- Ghassani, mahyarani tiara. 2017. **Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang bandeng juwana vaccum melalui kepuasan sebagai varabel interverning (studi kasus pada pelanggan Pt. bandeng juwana vaccum semarang).** *JurnalOf Social and Political Science*, hal. 1–3.

- Hariyanti, annisa Dewi. 2011. **Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang produk perlengkapan kunci di PT. kenari djaja prima.** *jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, vol. 10, no. 1, hal. 47–57.
- Hartadi, Nikie dan Husda, Nur Elfi. 2020. **Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang Di Kota Batam.** *jurnal EMBA*, vol. 8, no. 3, hal. 34–43.
- Hermanto, Kenly dan Cahyadi Irvan. 2015. **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Fast Food Ayam Goreng Tepung di Kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya.** *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, vol. 3, no. 2.
- Hidayah, Siti Ainul dan Apriliani. 2019. **Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan).** *Jurnal Economic, Business, and Engineering (JEBE)*, vol. 1, no 9, hal 24–31.
- Hidayat, Riau Rahmat. 2018. ***Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.*** Skripsi fakultas Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Ikrima, Shintya. 2021. **Pengaruh Penetapan Harga Ganjil (ODD PRICE) Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Konsumen Suzuya Mall Banda Aceh).** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry.
- Iqbal Maseeh, H., Ahmad Ashraf, H., & Rehman, M. (2020). **Examining the Impact of Digital Mobile Advertising on Purchase Intention.** *Review of Integrative Business and Economics Research*, Vol. 9(4), 84–95.
- Laetitia Stephani, Alexandrina Elke, dan Ardianto, satria fajar. 2021. **Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tanamera coffee pacific place.** *Jurnal Ilmu MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, vol. 5, no. 1t.
- Luthfiana, Nadia Andika dan Hadi Shudarto Prawata. 2019. **Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pembeli di Marketplace Shopee).** *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 8, no. 2, hal. 1–7.
- Maharani, Putu Susmithasen Sari Dewi dan Jatra I Made. 2021. **Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Marketing Mix Terhadap Niat Beli Ulang Dewata Kaos di Denpasar.** *Jurnal Manajemen*, vol. 10, no.7, hal. 632–631.

- Mahemba, Uumbu Saga Ana Kaka. 2019. **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi.**Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Maulidia, Farah. 2020. **Pengaruh Mobile Advertising terhadap minat beli pengguna youtube di kota Palembang.**Skripsi Universitas Sriwijaya.
- Munadi, Chairul dan Ibrahim Mariaty. 2017. **Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Minat Konsumen Membeli Perumahan (Pada Perumahan Arengka Resident Pekanbaru).** Jurnal *JOM FISIP*, vol.4, no. 1, hal. 1–9.
- Prabowo, Septi. 2018. **Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mirota Kampus Godean.** Jurnal *Ekobis Dewantara*, vol. 1, no. 7, hal. 115–126.
- Pramatya, Vania, Najib Mukhamad dan Nurrochmat Dodik Ridho. 2015. **Pengaruh Atmosfer Kedai Kopi Terhadap Emosi dan Keputusan Pembelian Ulang.** Jurnal *Manajemen Dan Agribisnis*, vol. 12,no. 2, hal. 126–136.
- Prasetya, Wibawa dan Yulius Careen. 2018. **Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang: studi pada produk eatlah.** Jurnal *Teknologi*, vol.11, no.2, hal. 92–100.
- Prawira M Yudha, Butarbutar Marisi, Sherly, dan Nainggolan Lora. 2019. **Pengaruh iklan terhadap minat beli ulang dengan persepsi konsumen sebagai variabel interverning pada cafe coffee and seafood pematangsiantar.** Jurnal *Manajemen*, vol.5 no. 2, hal. 48–60.
- Rahayu, Suharni dan Haryanto Joko. 2017. **pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada majalah media asuransi(studi kasus: PT asuransi Indonesia).** Jurnal *Pemasaran Kompetitif*, vol. 1 no.1, hal. 66.
- Razak, Mashur, Hidayat, Muhammad, dan Rahman, Muhammad. Hidayatullah. 2021. **Pengaruh Video Advertising Dan Sosial Media Konten Melalui Brand Awareness Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Gofood Di Kota Makassar.***AkMen*, 18(April), 84–97.
- Romatua, Nurlina. 2017. **Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lapangan All Start Futsal.** *Akuntansi Barelang*, 2(1), 14–23.
- Sari, Baiq Silvi Nurmala. 2020. **Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada perumahan PT. Varindo Lombok Inti.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

- Sinta, Wahyuni Ni Wayan dan Sri Darma Gede. 2019. **Mobile Advertising, Product Social Value dan Purchase Intention pada Instagram.** *Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 16 no. (4), hal. 87. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2253>
- Solichin, Endang. 2021. **Pengaruh store atmosphere dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen pada cwimie malang bangko.** *Ekopendia: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, vol. 6, no. 2, hal. 128–135.
- Sudrajad, Ahmad Bagus dan Andriani Dwi Retno. 2015. **Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Abon Jamur Tiram di Perusahaan Ailandfood Kota Malang Jawa Timur.** *Jurnal Habitat*, vol.26, no. 2, hal. 71–79.
- Supangkat, Aditya Hangga. 2017. **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Inako.** *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, vol. 6, no.9, hal.1–19.
- Tiefani dan Asron Saputra. 2020. **analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen pada pt anugerah avava cemerlang batam.** *Jurnal EMBA*, vol. 8, no.1, hal. 2095–2105.
- Tjiptodjojo, kartika imasari. 2012. **odd price: Harga, Psikologi dan Perilaku konsumen dalam purchase decision making.** *Jurnal Manajemen*, vol. 11, no. 2, hal. 141–149.
- Wea, Aelina. 2020. **Pengaruh Tampilan Produk, Paket Bonus, dan Harga Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Ramayana Mall Kupang.** Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
- Wijaksono, Ajar. 2015. **Pengaruh *Mobile Advertising* Terhadap Peningkatan *Brand Image* Klien (Survei Pada Pengguna BBM Android di Kalangan Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).** Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yogyakarta.
- Willy, Wiryani. 2018. **Analisis Fashion Brand Terhadap Perilaku Konsumen Wanita Pengguna Sosial Media di Surabaya Barat.** *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, vol.3, hal 128–137.

Web:

- Riyanto, Andi. 2022. ***Hootsuite (we are social): Indonesian Digital Report 2022.*** Data Portal.
- Kenton, Will. 2020. **Periklanan Seluluer Esensi Pemasaran Bisnis.** Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/m/mobile-advertising.asp>

Rita. 2017. *Store Atmosfer. Global Business Marketing*, 1.
<https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/11/28/store-atmosphere/>

Artikel Quality dan Productivity. 2015.**Pengertian Produk, Definisi dan kualitas Produk,dan dimensi produk.** *Proxisis East* .
<https://surabaya.proxisisgroup.com./pengertian-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/>

duniapcoid. 2022.**Pengertian Produk.** *Dnuia Pendidikan.* <https://dunia-pendidikan.co.id/ pengertian-produk/>