

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, T. S. (2021). Pengaruh Store Layout dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Indomaret Satria Jaya Tambun Utara. *Jurnal Manajemen Logistik*, 95-103.
- AG. Suyono, S. S. (2012). *Pertimbangan dalam Membeli Barang maupun Jasa*. Jakarta: Inditayu Press.
- Ain, N. &. (2015). Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang pada Produk Busana Muslim Zoya di Surabaya. *JESTT Universitas Airlangga*, 2(7), 553-569.
- Albiansyah. (2023). Pengaruh Harga, kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Aksesoris Dawson pada PT Mitra Pelangi Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Studi pembangunan*, vol.22.
- Aminudin, L. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KFC Mega Mas Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 706- 707.
- Bachdar, S. (2018). *Marketeers*. Retrieved Oktober 16, 2022, from Mengenal Pesaing Miniso: <https://marketeers.com/mengenal-pesaing-miniso/>
- Berman, B. J. (2018). *Retail Manajemen a Strategy Approach, Edisi 13*. UK: Pearson : Global Edition.
- Churchill, G. A. (2013). *Dasar-dasar Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Fajrina, H. N. (2018). *barang yang sering dibeli pengunjung di toko Miniso*. Retrieved Oktober 16, 2019, dari <https://lifestyle.uzone.id/10-barang-yang-sering-dibeli-pengunjung-toko-Miniso>
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Fatira, S. d. (2019). Kemudahan Aplikasi dan Keragaman Produk dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online. *Jurnal Maneksi*, 213-222.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Sembilan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2004). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi.
- Hartanto, R. (2019). *Brand and Personal Branding*. Bekasi: Denokan Pustaka.

- Intan dkk. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko JOYSHOP Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)* , 1-6.
- Jaya, K. Z. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Atmosfir Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada miniso Mall Olympyc Garden Malang. Universitas Brawijaya, 1-15
- Laeli, R. (2017). Pengaruh Faktor Harga, Produk, Pelayanan, Lokasi, Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi UPY*.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 14*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2013). *Strategic Brand Manajemen: Building, Measuring, and Managing, Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2014:358). *Principle of Marketing, 15th*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 14 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi 7*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2018). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Meithia, I. d. (2019). Pengaruh Keberagaman Produk, Harga, Kualitas dan Pelayanan Pada Decision Buyer. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Dr. Soetomo*, Vol 27, Hal 36-47.
- Nielsen, A. (2013). *Survey Of Costumer Behavior and Perceptoion toward Modern and Traditional Trade Channels*. Jakarta : Mitra Utami.
- Nulufi, K. d. (2015). Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Citra Merek dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik DI Pekalongan. *Management Analisi Journal*, 2252-6552.
- Nurdiyah, A. (2022). Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Mr. DIY Mall Ramayana Cengkareng Jakarta Barat. *Jurnal Universitas Budhi Dharma*, vol. 2.
- Nurlyta, H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Miniso Trans Studio Mall Cibubur. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 331-344.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sallam, M. A. (2015). The Impact of Brand Image and Corporate Branding on Consumers Choice: The Role of Brand Equity. *International Journal of Marketing*, 98-106.
- Sari, D. (2022). Pengaruh Service Quality, product Quality, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ditoko H&M. *Journal of Mangement*, 378-384.
- Schiffman, E., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen (5th ed)*: PT. INDEX
- Simamora, S. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Online. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 111-122.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Suhardi, Y. S. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal STEI Ekonomi*, 17-30.
- Supriono. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying (Studi pada Pengunjung Mall di Kota Malang. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 109-115.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Startegi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublis.
- Tjiptono, F. (2015:140). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yuwono, H. D. (2017). Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King di Maangl. *Jurnal Ekonomi Mnajemen*, Vol 2, Hal 330-341.