

DAFTAR PUSTAKA

- Aisya, S., Eliza, S., Fatma, F., & Zainuddin, M. A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 57–74. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i2.32.57-74>
- Alma, B. (2007). *Mengenai Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. CV Alfabeta.
- Amanulloh, P., Ari, A., & Barlian, B. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli (Survei Pada Konsumen Toko Pakaian Area Singaparna Tasikmalaya). *GLORY(Global Leadership Organizational Research in Managemennt)*, 1(4), 83–107. <https://doi.org/10.59841/glory.v1i4.329>
- Anjeli, C., Tarini, J. R., & Alhidayati, Z. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Ud Makmur Cimayang Bogor. *Indonesia Journal Economic, Finance, Business and Management*, 01(06), 2–11. <http://ijefbm.stiemi.ac.id/index.php/ijefbm>
- Arkam, M. M. (2020). Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan. *Performa*, 5(1), 17–25. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1293>
- Ayuningsih, N. (2020). *PENGARUH SUASANA TOKO, PROMOSI DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MR.DIY MALL RAMAYANA CENGKARENG*. 83001.
- Berman, Barry dan Joel R, E. (2007). *Retail Management : a Strategic Approach*. Edisi 10.
- Fandi Tjiptono. (2008). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Andi.
- _____. (2014). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Andi Offset.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro.
- _____. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Sosial Media Marketing*.

Hadi, S. (2004). *Metodologi Research*. Andi.

Hendrawan, Wahyudi, Ardelia, A. S., & Achmad. (2024). Pengaruh Fasilitas, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Supermarket Syariah (Studi Kasus PT. Cepat Versi Arli Singkawang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1501–1507. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>

Hidayati, S. N., Rachmawati, E., & Kharismasyah, A. Y. (2023). Pengaruh citra merek, harga, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 19(1), 209–222.

Indrasari, M. M. R. M. (2019). *Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kualitas, Pelayanan pada Decisión Buyer*. 27, 36–47.

Kotler, Philip, dan G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 jilid 1). Erlangga.

_____. (2018). *Principles of Marketing Edisi 15*. Pearson: Global Edition.

Kotler. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 14 Jilid 1 dan 2*. Erlangga.

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1, E). Erlangga.

Kotler, P. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.

_____. (2006). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (11th ed.). PT Indeks Gramedia.

_____. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Laia, O. (2021). Pareto: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 10–22.

Marchall, M., Mananeke, L., & Roring, F. (2015). Pengaruh Brand Equity, Store Atmosphere dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Fashionable pada 3 Second Manado Town Square. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1002–1012.

Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>

Nurul Saadah, F., Syahrul Alim, & SBR, K. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Miniso Store Mall Lippo Cikarang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*,

9(4), 1254–1264. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1278>

- Permatasari, I., Nurfarida, I. N., & Suroso, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Joyshop Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 1–5.
- Ratnasari, V. A., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Hedonic Shopping Value dan Impulse Buying (Survei pada Konsumen Hypermart Malang Town Square)*, 2.
- Rosad, S. (2016). Pengaruh Perilaku, Usia, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi KAI Acces. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Saputra, B. S. R. O. A. (2019). Kelola : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Vol 6 , No 1 (2019) ; July ISSN : 2337-5965 (cetak) P3M STIE AUB Surakarta Kelola : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Pengguna Teknologi Tertinggi di Dunia , 2018) berdasarkan Penelitian Cambridge Internasional melalui Glob. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 88–103.
- Simamora, S. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee Online. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 111–122.
- Sobran, L. B. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- _____. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Suharsimi, A. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Tan, V., & Saputra, A. (2020). Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Lkd Multi Industri Di Kota Batam. *Ejournal.Upbatam*.
- Utami, S. (2013). Store Atmosphere dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Manajemen Pemasaran*.

Widiarto, R. W., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 25(03), 82–90. <https://ibn.e-journal.id/index.php/ESENSI/article/download/539/417/>

