

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, E. D. (2011). Pengaruh Keragaman Produk dan Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Pada swalayan Arean Jaya Bola,. In *Skripsi Ilmu Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Semarang*.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2018). *Retail Management* (Pearson Education Limited (ed.); Thirteenth).
- Chandra, T. (2019). *Service Quality, dan Customer Satisfaction*. Andi Offset.
- Delilah, M. (2023). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Roti Pada Saimen Bakery Gerai Pasar Di Kota Jambi*. 116.
- Dewi, M. P. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Promotion, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Habbit Eatery Coffee Malang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(2), 26–36.
<https://doi.org/10.32815/jpro.v2i2.846>
- Fadilah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 1–12.
<https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.104>
- Febriana, L. (2023). *Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso Solo Grand Mall*. 1–137.
- Ghozali, I. (2021). *aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS26*. universitas diponegoro.
- Hair et. al. (2010). *the use of partial least squares structural equation modeling in*

strategic management.

Hawkins, D.I., & Mothersbaugh, D. . (2013). *Building Marketing Strategy*.

(McGraw-Hil).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing* (13th Editi). Prentice Hall.

Kotler.& Keller. (2016). *manajemen pemasaran*. pt.indeks.

Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Prentice Hall.

Mardhikasari, theresia esti. (2014). Pengaruh Store Atmosphere, Lkasi Toko, dan Keragaman Produk terhadap keputusan pembelian konsumen Mirota Kampus. *Manajemen Fakultas Ekonomi*, 1(1), 1–154.

[http://eprints.uny.ac.id/17202/1/Skripsi Theresia Esti M.pdf](http://eprints.uny.ac.id/17202/1/Skripsi%20Theresia%20Esti%20M.pdf)

Nabila, zentha javanica. (2023). *Analisis pengaruh keragaman produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen sang pisang*.

Parasuraman, Z. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*.

Pratiwi, M., Andayani, S., & Pratiwi, N. M. I. (2023). Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di KKV Tunjungan Plaza Surabaya. *Sosialita*, 5, 1–14.

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>

Pulungan, farhan afdilaah, Liharman, S., & Damanik, elfinan okta posmaida. (2023). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kfc di Pematang Siantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi Usi*, 5(1), 35–46.

- Rahayu, B. S., & Saputra, O. A. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Throox Store Solo. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 88–103.
- Rahendra, M. D. B., & Nuvriasari, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen First Media di Kota Tegal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(3), 175–185.
<https://doi.org/10.53916/jeb.v18i3.20>
- Saputra, gede wisnu, & Ardani, I. G. A. K. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 27(2), 635–637.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L. . (2007). *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. dan L. L. K. (2008). *perilaku konsumen*. PT.Indeks.
- Semarang, M., Hartono, S., & Yani, B. A. (2019). Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Index Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 533–540.
<https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.481>
- Setiadi. (2010). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Soenawan, A. D., & Malonda, E. S. (2020). Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 395–409.
- Sugiyono. (2016). *metode penelitian kuantitatif*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabet.

Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perusahaan Transmart Padang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu Nusantara*, 1(1), 14–19.
<https://doi.org/10.61674/jimin.v1i1.47>

Tarigan, ema septiani br, Anisa, S., Tarigan, jihan syahreni br, & Hutagalo, J. (2022). Analysis of Discount, Free Shipping and Product Diversity on Product Purchase Decisions on the Shopee Marketplace. *Sean Institute*, 11(01), 292–297.

Tjiptono, F. (2014). *pemasaran jasa*. Banyumedia.

Ulfami, P., & Saino. (2020). Pengaruh desain produk, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada online shop giyomi melalui shopee. *Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 08(01), 702–708.

Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel*. Salemba Empat.

Widyanto Achmad Indra, Y., & Edy & Sunarti. (2014). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian*.