

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 24–32. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art3>
- Agustina, L. (2017). *Pengaruh Suasana Toko Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toserba Maya Di Kec. Randublatung Kab. Blora*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(1). <https://doi.org/10.26740/jptn.v5n1.p%p>
- Agustina, V. (2017). *Analisi pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Nilai Pelanggan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan JOGLOSEMAR BUS (Studi Pada Wilayah Semarang Town Office)*. Skripsi. Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Al Bukhori, G. N. P. (2022). *Analysis Of The Effect Of Product Diversity On Consumer Buying Decision At The Borma Department Store in Bandung*. *International Journal Administration Business and Organization*, 3(1), 19-28. <https://doi.org/10.61242/ijabo.22.192>
- Amalia. (2017). *Pengaruh Keragaman Produk, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Hijab DiToko “Mahkota” Gading Mangu Jombang*. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Kediri.
- Arini, Asti M., & Ambar, B. (2019). *Batik: Warisan Adiluhung Nusantara*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Ardina (2018). *Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian AQUA diKota Samarinda*. Program Studi Ilmu Bisnis. Skripsi.
- Arlina, A., Wijaya, E., Nurzam, N. (2023). *Pengaruh Keragaman Produk, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Indomarco Adi Prima Bengkulu*. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2). doi: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2>
- Arsandi, A. Y., & Silvianita, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi pada Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2021)*. 11(6), 5349–5356.
- Athallah, M., Anwar, M., Widodo, A., Bisnis, A., Telkom, U., Bisnis, A., & Telkom, U. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TRAVELOKA DALAM APLIKASI ONLINE TRAVEL AGENCY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 11(6), 5338–5348.
- Assauri, S., 2018. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Buchari Alma., (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Café, P., & Bandung, D. I. (2020). *Business Journal : Jurnal Bisnis dan Sosial PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN*. 06(02), 101–108.

- Ernawati, dkk, (2018). *Tata Busana Untuk SMK jilid I*. Departemen Nasional : Jakarta.
- Engel, James F, et al. (2019). *Perilaku Konsumen Edisi 6, Jilid 1*. (Alih bahasa: Drs. FX Budiyo). Jakarta: Binarupa Aksara
- Ghozali, Imam. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadiputro, M. F. M., & Rofiaty, R. (2023). The Effect of Service Quality and Perceived Value on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(2), 544–554. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.2.24>.
- Hapsari, B.C., dan Astuti, S.R.T., (2022). "Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Di Toko Online Lazada Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 11, no. 2, May. 2022
- Husein, Umar. (2020). *Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Istijanto, (2018). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- I. Tambrin, (2019). "Batik Cirebon (Tinjauan Ornamen Batik Trusmi Cirebon)," *Jurnal Seni Rupa*, vol. 2, 2019.
- J.Paul Peter & Jerry c. Olson (2020). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen 2nd. ed. 4* Jakarta: .Penerbit Erlangga
- Kaawoan, N.Y., Tawas, H.N., Kawet, R.C., (2022). *Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal EMBA Vol. 10 No. 2 April 2022*, Hal. 510-520
- Kartawinata, B. R., Fakhri, M., Wardhana, A., Hidayat, A. M., & Putra, A. (2023, December). How reputation and risk increase company value through innovation. In *International Conference on Mathematical and Statistical Physics, Computational Science, Education and Communication (ICMSCE 2023)* (Vol. 12936, pp. 184-189). SPIE.
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 6, Jilid 2*. (Alih bahasa: Drs. A. Jaka Wasana, MSM). Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. (Alih bahasa: Bob Sabran MM). Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. (2018). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: PenerbitErlangga.
- Manab, Hartono, Burhanudin AY (2019). *Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Index Sukoharjo*. *Edunomika – Vol. 03, No. 02* (Agustus 2019).
- Mikaila, O., Siregar, H., & Saputri, M. E. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lakeside Coffe The Influence Of Service Quality On Decisions To Purchase Lakeside Coffe Products*. 11(6), 5328–5337.

- Mowen, John C., & Minor, Michael. (2018). *Perilaku Konsumen Edisi 5, Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Mujiroh. 2005. *Analisis Kepatuhan Dalam Pemasaran Bisnis Properti*. Jakarta: Alfabeta Press.
- Nurmawati, Endang. (2018). “*Pengaruh Sore Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mulia Toserba dan Swalayan Godean Sleman Cirebon*”. *Skripsi*. Universitas Negeri Cirebon
- Pangestika, Witdya. (2020). *Sistem Informasi Manajemen dan Manfaatnya bagi Perusahaan* Tersedia: <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-sisteminformasi-manajemen-dan-manfaatnya-bagi-perusahaan/> yang diakses pada 12 Oktober 2023.
- Prasetyo.(2015). *Pengaruh Store Atmosphere, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Batik Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi.
- Rachmawati, K.D., dan Patrikha, F.D., (2021). *Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pesen Kopi Kota Bojonegoro pada Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial, [S.l.]*, v. 15, n. 2, p. 182-189, July 2021. ISSN 2548-7175.
- Revangga, E., Saputri, M. E., Telkom, U., & Klaten, K. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada brix coffe and kitchen klaten*. *11(6)*, 5322–5327.
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. (2019). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Schiffman L, dan Kanuk, Lazar L. (2018). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. 2018. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). *Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(02), 17 - 30. <https://doi.org/10.36406/jemi.v29i2.340>.
- Syahroni, Achmad (2020). *The Influence Of Product Diversity, Price Perception, And Service Quality On Customer Purchase Decisions In Transmart Carrefour Cempaka Putih*. *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol XX, No XX, Desember 2020.
- Tjiptono, Fandi. (2018). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Trisna Amelia & Yusuf Suhardi (2020). *The effect of product diversity, product design and store atmosphere on coffee purchasing decisions at the Daily Coffe Cakung*. Indonesian College of Economics - Year 2020
- Utami, C. W. (2018). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wakefield, K. L., dan Blodgett, J. G. (2019). *The Effects of the Servicescape on Customers' Behavioral Intentions in Leisure Service Settings*. *Journal of Services Marketing*, 10(6), hal. 45-61.

Wakidah.(2015). *Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret*. Univeristas Nusantara PGRI Kediri. Skripsi. Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 24–32. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art3>

Wardhana, A., & Pradana, M. (2023). Service Quality and Brand Reputation As Antecedents of Brand Choice: the Case of Ride-Hailing Applications in Southeast Asia. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 10(3), 387–400. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v10i3.1033>

Wu, Y. Y., Chen, H. Q. and Wang, H. A. (2019) *The Influence of Product Diversity on Consumers' Impulsive Purchase in Online Shopping Environment*. *American Journal of Industrial and Business Management*, 9, 680-698. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2019.93046>