

DAFTAR PUSAKA

- A.payne. (2001). *The Essence of Services Marketing Pemasaran Jasa*, diterjemahkan oleh Fandi.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*.
- Algrina. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT. Astra Internasional Manado. *Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 1134-1144*.
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Assauri, S. (2009). *manajemen pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- C.W. Utami. (2008). *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Opersional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*.
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta :Pustaka Pelajar.
- Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*, Semarang.
- Ferdianto Fure. (2015). pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di J.C.O Manado. *Jurnal EMBA*.
- Ghozali, imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H.Umar. (2000). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsm*.
- Hahn,F, E. (2002). *Manajemen Ritel*. bandung.Alfabeta.
- Husein Umar. (2004). *Metode Riset Ilmu Administrasi*.
- Imam.G. (2009). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- James F. Engel. (1994). *pengertian perilaku konsumen, dalam buku Perilaku Konsumen*. Edisi 6 : jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara.
- Jogiyanto. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. BPFE. Yogyakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Susanto, A. B. (2001). *Manajemen pemasaran di Indonesia*.
- Kotler and Armstrong. (2013). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler and keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc*.
- Kotler, P. dan K. K. (2007). *Manajemen pemasaran*. Edisi ke-12.Jilid2. PTIndeks Kelompok Gramedia.Jakarta.
- Liliana dewi. (2018). *Keragaman produk dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen L.A Cherie*.
- Liwe.F. (2013). Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya

- Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Maya Ferdina. (2013). *Pengaruh diskon harga, merek produk dan layanan pelanggan terhadap keputusan pembelian garmen*.
- Nainggolan, L. P., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang)*. 1–11.
- Novry, N. (n.d.). *Pengaruh Keragaman Produk, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Seraya Makmur Perdana (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen)*. 2021.
- Nugroho, B. A. (2005). *Strategi jitu memilih metode statistik penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Nurchahya, I. K. (2015). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER , BRAND IMAGE , BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CLEAR SHAMPOO DI KOTA DENPASAR*. 4(11), 3909–3935.
- Putra, E. W., & Yulianto, E. (2016). *KEPUTUSAN PEMBELIAN (Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang)*. 38(2), 184–193.
- Safitri, R. I., & Gunaningrat, R. (2021). *Pengaruh Lokasi , Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Alfe Toko*. 1001–1011.
- Santoso. (2011). *“Mastering SPSS Versi 19”*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2011.
- Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku konsumen*. Jakarta. Indeks.
- Siregar. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suciningtyas, W. (2012). *Pengaruh Brand Awareness, brand image, dan media communication terhadap keputusan pembelian*. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Sufyan Lutfhi. (2017). *Pengaruh S tore Atmosphere , Lokasi , dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan pembelian pakaian PENDAHULUAN Definisi pasar secara sederhana , yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung . Pasar bersifat dinamis mengikuti perkembangan zaman*. 01(1), 40–51.
- Sugiyono. (2005). *“Memahami Penelitian Kualitatif”*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*. PT. Gramedia, Jakarta.
- Sugiyono. (2010). *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sutisna dan Pawitra. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono. (2007). *& Pemasaran, S. (2007). edisi II*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tukiran and Effendi. (2012). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta. 319 hal.