

DAFTAR PUSTAKA

- Adirama, A. (2012). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. UNY 21.
- Agung Suprayitno, Siti Rochaeli, dan, & Rahmi Purnomowati. (2015). Pengaruh Faktor Budaya Sosial, Pribadi, dan Psikologi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Gado-Gado Boplo. *Jurnal Agribisnis*, 9(2), 177–214. www.kulinerart.com.
- Ananda, V. D. P., Yasa, K. N. N., & Wayan, N. E. (2023). *Determinants Purchase Intention Pada E-Commerce : Konsep Dan Aplikasi*. Media Pustaka Indo.
- Anisa, Haidar, K., & Riyadi, R. (2023). Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Bitkom Research*, 63(2), 1–3. <https://doi.org/10.19184/jpe.v17i1.39093>
- Astri, E. J. R., & Bulan, L. P. T. (2021). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Emina di Kota Langsa. *JIM Manjrmrn: Manajerial Terapan*, 51–63.
- Darma, Y., Suratman, D., & Murni, A. Y. (2019). *Analisis Data Statistik, Sebuah Pendekatan Praktis Pengelolaan Statistik Bermuatan Karakter*. Graha Ilmu.
- Engels, J., & Roger, B. (2015). *Perilaku Konsumen*. Binarupa.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Qiara Media.
- Fitriani, D., Ramayani, C., & Areva, D. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pond's Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Stkip Pgri Sumatera Barat. *E-Journal STKIP PGRI Sumbar*, 4(2).
- Haida, R., Sari, A., Bursan, R., & Nabila, N. I. (2022). Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Album Fisik Boy Group EXO di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 169. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i2.16526>
- Hatmawan, A. A., & Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Hidayat, R., & Sujud, A. (2019). Pengaruh Atmosfer Toko, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Planet Ban Margonda Raya, Depok. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(1), 17–29. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v15i1.641>
- Kasno, Wahyuni, P. A., & Jariah, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Arafah Hijab. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 780–784.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*.

Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kurniawan, A., W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.

Lucyantoro, Bagas, I., & Moch, R. R. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 38–57.

Mahmud, A. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya*, 6(1), 258–271. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.921>

Mahmud, A. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya*, 257–271.

Nadya, N. (2016). Peran Digital Marketing Dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(2), 133–144. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i2.17>

Nawangsih, Khoirul, I., & Kurniawan, A. Y. (2019). *Manajemen Pemasaran*. WIDYAGAMA Press.

Nugroho, S. J. (2019). *Perilaku Konsumen* (3rd ed.). Prenadamedia Group.

Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Azyan Mitra Media.

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. WIDYAGAMA Press.

Risnawati, Wonua, A., & Astaginy, N. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Pengetahuan Produk Terhadap KEPUTUSAN Pembelian Produk Kecantikan (Studi Kasus Produk Wardah pada Toko Alke Kosmetik di Kabupaten Kolaka). *Student Scientific Creativity Journal (SSCJ)*, 1(6), 17–17.

Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, 10, 1–20.

Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2013). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-m3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. *Among Makarti*.

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>

Setianingsih, N., & Nurhadi, N. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman

- Produk dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 05(01), 82–90.
- Soeswoyo, D. M., & Tumbelaka, D. (2020). Dampak Promosi Digital Line Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dunkin Donuts. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(1). <https://doi.org/10.30813/fame.v3i1.2162>
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani. (2021). *Pengaruh Keberagaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab pada Icha Gallery di Samarinda*.
- Susanti, G. A., Qomariah, N., & Anwar. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Cangkir Klasik Jember. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 2(2), 154–167. http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/1899%0Ahttp://fe.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2009/07/42-Elizabeth-Ginting.pdf
- 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.
- Utama, A. Y. P. (2018). Analisis pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian polis asuransi. *Management and Business Review*, 2(1), 50–61. <https://doi.org/10.21067/mbr.v2i1.4724>
- Utari, Y. D., & Suhardi. (2022). *Analisis Kualitas Produk, Promosi Online Dan Testimonial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Di Shopee*. 169–177.
- Yohanes, S. (2020). *Integritas Auditor Pengaruhnya Dengan Kualitas Hasil Audit*. Deepublish.
- Yusina, S. T. C. (2022). *Strategi Digital Marketing*. Penerbit Adab.