

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijayantini, B. (2018). *pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga*. 3(2), 186–196.
- Anisa, T. N., Winarno, S. T., & Atasa, D. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Frozen Seafood “AHAA!” ICS Food di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Respati*, 15(1), 59–71. <https://doi.org/10.52643/jir.v15i1.3717>
- Ansori, & Iswati. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Café Wareg Bengkulu*. 117–127.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press.
- Astusti, D., Nasution, S. L., & Febriani, B. (2024). Sales Strategy Product Quality, Price, Location and Service Quality on Purchasing Decisions Dimsum Rayyan Aek Nabara (Labuhanbatu). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4838–4849. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Bari, A., & Hidayat, R. (2022). Teori Hirarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian Merek Gadget. *Jurnal Psikologi Sosial*, 20(2), iii–iv. <https://doi.org/10.7454/jps.2022.11>
- Benson, Philip, K., & Keller, K. L. (2007). *Tentang Indikator Keragaman Produk*.
- Cahya, A. D., Andrian, R., & Ramadhani, R. C. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Roti Bakar 97 )*. 5(1), 175–183. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112.
- Daud, A. (2015). *Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen*. 2, 471–479.
- Desiliana, R., & Tamam. (2025). *Pengaruh Lokasi, Suasana Toko Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bunda Grosir Sidomulyo Rohima*. 8(1), 1057–1074.

- Diman, D., Tumbel, T., & Walangitan, O. (2024). *Pengaruh Keragaman Produk dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Anime Pada Mahasiswa Universitas SAM Ratulangi*. 5(1), 832–836.
- Ermawati et al. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gamis dengan produk yang tidak memiliki merek . Dalam hal ini tentunya merek mempunyai*. 63–70.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- ferdinand et al. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mixue di The Hok. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 3(1), 323–335. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2024.3.1.1589>
- Firdausiah, R. A., Bintang Nurrama Putra, & Raihan Salsabila. (2023). Impulsive Buying in Live Tiktok Shop: Exploring The Role of Telepresence, Enjoyment and Trust Among Generation Z. *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 10(1), 56–70. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v10i1.10456>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Qiara Media (ed.); 1st ed.). Qiara Media.
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). *brand image, kualitas produk, harga, keputusan pembelian konsumen* . 3(1), 367–377.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory: 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. Yoga Pratama.
- Haqiqi, M. A., Rifa'i, M. N., & Aprilianto, F. (2024). *Pengaruh Produk , Harga , Tempat , dan Kualitas Layanan Islami*. 191–201.
- Harahap, R., Siregar, B. G., & Ja'far, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara. *Excutive Summary*, 23, 57168.
- Hardiansyah, F., Nunung, M., & Rasulong, I. (2019). *Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore di Kota Makassar*. 90–107.
- Hayat, A. W. M. (2019). Pengaruh Lokasi dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Distro Ouval Research di Buahbatu BAndung. <https://Medium.Com/>, 17–52. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

- Husen, A., Sumowo, S., Rozi, A. F., Ekonomi, F., & Muhammadiyah Jember, U. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember the Effect of Locations, Brand Images and Word of Mouth To Consumer Buying Decisions on Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 2460–9471.
- Indrajaya, S. (2024). *Manajemen Pemasaran* (D. Adhianto (ed.); 1st ed.). Kaeizen Media Publishing.
- Indrasari, meiithiana. (2019). *pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Indrasari, meithiana. (2019). *pemasaran dan kepuasan pelanggan*.
- Indrawan & yaniawati. (2014). *metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan* (nurul falah atif (ed.); 1st ed.). PT Refika Aditama.
- Kaawoan, N. Y., Tawas, H. N., & Kawet, R. C. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Presepsi Harga, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Minimal Ladies Di Matahari Megamall Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 510. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40049>
- Kamillah, R. S. R. A., Hernanada, R., Nuramalia, E., & Suyatna, R. G. (2024). Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Es Teh Badak Pandeglang. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(1), 151–159.
- Kelvinia et al. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), 85–98. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i2.795>
- Kelvinia, Putra maya, m. umar, & Efendi, N. (2021). *Pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian* 1 1, 3. 11, 85–98.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. M. (2012). *Principles Of Marketing* (14th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Peason Pretice hall.
- Laduni et al. (2024). *pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko online frozenshop jakarta barat*. 1001–1011.

- Lukiana et al. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pmebelian Hijab Elzatta di Toko Hera Hijab Tempeh Lumajang*. 364–372.
- Lutfi & irwanto. (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.
- Malau, harman. (2017). *Majemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (1st ed.). alvabeta,cv.
- Manab abdul. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Maulana et al. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Aerostreet. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(2), 127–138. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Nasution, E. M., & Aramita, F. (2024). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis ( JIMBI ) Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di toko Sehati Jaya The Influence of Location and Product Completeness on Consumer Purchasing Decisions at the Sehati Jaya Store*. 5(1), 62–71. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v5i1.4331>
- Nawangsih et all. (2022). *Pengaruh Keragaman Produk , Lokasi , dan Promosi Terhadap Keputusan*. 71–78.
- Ningsih, M. G., & Siagian, M. (2024). *Kosmetik Wardah di Batam Center*. 1–10.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, C. (2021). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan pembelian pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2854>
- Pakpahan, A., & Nahan, N. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran* (Alfrid Sentosa (ed.); 1st ed.). PT Nasya Expanding Management.
- Paramita Daniar, R. W., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Azyan Mitra Media.
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>

- Prayadnya, I. P. A. A., & Jayantika, I. G. A. N. T. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. Deepublish.
- Puspa, R., Permana, A., & Nuryanti, S. (2017). *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Perumahan Ciujung River Park Serang, Banten)* Rani Puspa, Angrian Permana, Sesiyan Nuryanti. 3(02), 1–11.
- Rianto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. deepublish.
- Robustin et al. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Sederhana Sumbersuko Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 114–126.
- Robustin et al. (2024). *Keputusan Pembelian pada MR . DIY Lumajang yang dipengaruhi Oleh*. 5(1), 94–106.
- Robustin et al (2024). (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan , Harga , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Catering Prasmanan Di Warung Pojok Terminal Wonorejo Lumajang*. 560–566.
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2020). *pengaruh harga, keragaman produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian*. 1–20.
- Santoso, A., & Widowati, S. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya, FE-USM*.
- Setyo Aji & Bachtillah putra. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Kapal Api Pada Toko Arab Aji Rawalumbu. *Business Economics, and Education Studies (ICESB)*, 1(1), 1–6. <https://journal-icesb.org/index.php/icesb>
- Sholihah, Q. (2020). *pengantar metodologi penelitian* (tim UB press (ed.); 1st ed.). Universitas Brawijaya Press.
- Simanjuntak, W. M. B., Siagian, E. M., & Siregar, H. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Toko Sepatu Clinton Balige. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 5(2), 65–73. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v5i2.806>
- Siswanto, V. . (2015). *Belajar Sendiri SPSS 22*. Andi Offset.
- sugiyono. (2015). *metode penelitian manajemen* (setiyawami (ed.)). alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (sugiyono (ed.)). alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (setiyawami (ed.); 6th ed.). Alfabeta.



- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). *Pengaruh Keragaman Produk , Persepsi Harga , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. 29(02), 17–30.
- Suhartanto, D., Djatnika, T., Ruhadi, & Triyuni, N. N. (2017). *Ritel Pengelolaan dan Pemasaran* (S. F (ed.)). Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2019). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sulastri & sholeh. (2024). *Jimea | Jurnal Ilmiah MEA ( Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi )*. 8(2), 1519–1538.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). *perilaku konsumen* (Magister Alfatah Kalijaga (ed.)). Eureka Media Aksara.
- Sya'rani, S. A., & Hartini. (2024). *pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada babok boutique di kabupaten sumbawa*. 1(1).
- Thompson, & Peretaf. (2016). *crafting and exsecuting strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. (3rd ed.). McGraw- Hill Education.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). CV.Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran* (Fandy Tjiptono (ed.)). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satifaction* (Andang (ed.); 4th ed.).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik Domain, Determinan, Dinamika* (Fandy Tjiptono (ed.)). Andi.
- Tonasov T.P et al. (2024). pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman boba Quiquinian di kawasan medan johor. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 7899–7906.
- Tulhusnah & hariyadi. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Rani Louhan Di Payangan Bali. *Growth*, 20(1), 22. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i1.1782>
- 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. (2017). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (Erma Sri Suharsi (ed.)). Salemba Empat.
- Vinci, M. (2009). *Manajemen Bisnis Eceran*. Sinar Baru Algensindo.

- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>
- Wicaksono et al. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Solusi*, 21(1), 10. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>
- Yusran, H. L., Kunawangsih, T., Khodijah, N., Apriyanto, Judijanto, L., Kushariyadi, Hidayah, N., Nora, L., Pracoyo, A., Amran, E., & Kusumastuti, S. Y. (2025). *perilaku konsumen (membangun strategi pemasaran)* (Efitra (ed.); 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

