

## DAFTAR PUSTAKA

- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya City. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU)*, 8(3), 496-507.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ermia, N. A., & Rachmi, A. (2019). Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Sports Station (Studi Pada Sports Station Jl. M.T Haryono Kota Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(2), 330-333
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25. Edisi 9*. Semarang: ISBN UNDIP.
- Halik, A. (2020). The Impact on Trust and Online Buying Decisions through Information Quality, Celebrity Endorser and Price Perception at Instagrams in Surabaya. *Archives of Business Research*, 8(2), 79-97.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid kedua: Edisi Ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, R. W., Ban, T. G., Yan, R., & Guntur, M. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Tokopedia. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(02).
- Lupiyoadi, R. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesebelas. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Monica, A., & Bahrin, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kue Bay Tat Chanaya di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 1(2), 174-182.
- Nasution, A. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Desain Produk, dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander (Studi Kasus PT. Nusantara Berlian Motor Medan). *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(3), 158-166.

- Noviherni & Asean, I. V. (2019). Store Atmosphere dan Keragaman Produk: Efeknya Terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory di Wilayah Jakarta Pusat. *Jurnal Manajemen dan Perbankan*, 6(2), 1-10.
- Nurhayati, A. P. (2020). The Effect of Price on the Diversity of Products on Purchase Decisions. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 120-123.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2016). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih Bahasa Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Setyani, T., & Abdul, F. W. (2021). Pengaruh Store Layout Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Indomaret Satria Jaya Tambun Utara. *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 95-103.
- Siregar, S. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., Darmawan, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Supermarket Ardevon Rawamangun Jakarta). *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(02), 17-30.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Supriyanto, Aprianto, R. , & Melisa, M. (2021). Effect of Price and Promotion on Car Purchase Decisions at PT Encar Daihatsu Lubuklinggau. *International Journal of Community Service & Engagement*, 2(1), 42-49.
- Surliana, Zulkarnaen, Irianto, dan Kisnawati, B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Lazada). *Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi*, 6(1), 2020.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Trisno, S. D. Lestari., Jantje, L. Sepang, Supandi, A., & Soegoto. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Persepsi Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada CV. Anugerah Mulia Tomohon. *Jurnal EMBA*, 8(4), 1091-1100.

Waro, S. S., & Widowati, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan, *Celebrity Endorser*, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *E-Commerce* di Kota Semarang. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 1085-1095.