

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. 2019. Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, Vol 6 (2).
- Astuti, R. dan Abdullah, Ikhsan (2018). Pengaruh Kualitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah.
- Azly, Muhammad. 2019. Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Khas Sunda Ma'unekh Jalan Riau.
- Nababan S. W 2022. Pengaruh Jenis Media Promosi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Via Online (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Katholik Santo Thomas).
- Pratama, R. 2017. Pengaruh Media Promosi dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian.
- Rimadanti, Nurlia 2022. Pengaruh Keragaman Produk dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Luma Dawa Official Yang Melakukan Pembelian Melalui Marketplace Shopee).
- Utami, Vidya 2022. Pengaruh digital marketing dan keragaman produk terhadap proses keputusan pembelian rxkingline19 store.
- Ramadhan, Thoriq M. 2018. Pengaruh Keragaman Produk dan Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Papersmooth Bandung.
- Damar, Hanada. 2019. Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada.co.id (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan)
- Ghozali, imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Universitas Diponegoro

- Hardikoesoemo, M. dan Harjanti, D. 2021. Pengaruh Keragaman Produk, Sales Promotion Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Oke Listrik Jember. *Agora*, 9(2).
- Handayani Nurul, A, Balianti Novla dan Apdinari Ellisya. Unsur-Unsur Manajemen Dan Pendekatan Dalam Manajemen Pendidikan.
- Kartika, Kristya. 2019. Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Circle K Jalan Taman Sari Bandung.
- Kojongian *et al.* 2022. Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, Vol. 3 No. 2, 2022
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2015. Marketing management. New Jersey: Pearson Education.
- Marwia. 2019. Pengaruh Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop (Studi Kasus Pada Konsumen Online Shop Di Unismuh Makassar). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar Makassar*, 8(5), 55.
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Matua Jurnal*, Vol 3, No. 1.
- Mujari. 2021. Promosi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket. *Journal of Management and Bussines (JOMB) Volume 3, Nomor 1, Juni*
- Natasya, A. B. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Produk Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa S-1 Manajemen STEI) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Permatasari dan Nurfarida. 2019. Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Joyshop Malang. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM) Volume: 6, Nomor: 2*

- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Di Kota Semarang. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Volume: 4, Nomor: 3
- Purnomo *et al.* 2023. Analisis Pengaruh Jenis Media Promosi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Online Travel Agent Tiket.Com. *Experimental Student Experiences 1 (1) (2023) 101-108*
- Syamsuddin, 2017. Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. Volume I, No 1.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L.A (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2).