

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023). *Indomaret vs Alfamart, Siapa Lebih Laris?* Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/11/indomaret-vs-alfamart-siapa-lebih-laris>
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Alma, B. (2018). Manajemen Pemasaran & Manajemen Pemasaran Jasa. In *penerbit Alfabeta* (Vol. 1, Issue 1). http://www.nutricion.org/publicaciones/pdf/prejuicios_y_verdades_sobre_grasas.pdf
<https://www.colesterolfamiliar.org/formacion/guia.pdf>
<https://www.colesterolfamiliar.org/wp-content/uploads/2015/05/guia.pdf>
- Amarulah, I. I. (2023). Pengaruh citra merek dan kredibilitas merek serta iklan televisi terhadap keputusan pembelian Shampo Pantene: Studi pada konsumen di Desa Babakansari Kecamatan Bantarujeg Kabupaten Majalengka. *UIN Sunan Gunung Jati*, 1(1).
- Azhari, M. A., Sinarwati, S., & Madi, R. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Indomaret Kecamatan Mowewe Kabupaten Kolaka Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1), 12. <https://doi.org/10.55598/jmk.v13i1.23303>
- Chaniago, H., Mulyawan, I., Suhaeni, T., & Jumiyani, R. (2019). Faktor Kunci Keberhasilan Ritel Modern Di Indonesia. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 7(2), 201–208. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1726>
- Cresentia, A., & Nainggolan, R. (2022). Pengaruh Kredibilitas Dan Trustworthiness Beauty Influencer Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Performa*, 6(6), 526–535. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i6.2156>
- Cuong, D. T., & Khoi, B. H. (2019). The effect of brand image and perceived value on satisfaction and loyalty at convenience stores in Vietnam. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(8 Special Issue).
- Ekawati, S., & Sha, T. L. (2019). Implementasi Strategi Manajemen Ritel Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 2(1), 48–57. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v2i1.4316>
- Elitan, L., & Prayogo, C. (2022). Increasing online Purchase through Perceived Usefulness, Perceived Risk and Perceived Ease of application. *Ekoma : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1(2), 263. https://www.researchgate.net/publication/361239274_Increasing_online_Purchase_through_Perceived_Usefulness_Perceived_Risk_and_Perceived_Ease_of_Use
- Fahlevie, R. A. N., & Fikry, M. (2022). Pengaruh Harga Dan Kredibilitas Serta Brand Personality Terhadap Keputusan Pembelian Garnier Men Facial Wash.

- Distribusi - Journal of Management and Business*, 10(2), 155–166.
<https://doi.org/10.29303/distribusi.v10i2.258>
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.
- Gunawan, A. V., Linawati, L., Pranandito, D., & Kartono, R. (2019). The Determinant Factors of E-Commerce Purchase Decision in Jakarta and Tangerang. *Binus Business Review*, 10(1), 21–29.
<https://doi.org/10.21512/bbr.v10i1.5379>
- KIEW, C. C., ABU HASAN, Z. R., & ABU HASAN, N. (2021). Factors Influencing Consumers In Using Shopee For Online Purchase Intention In East Coast Malaysia. *Universiti Malaysia Terengganu Journal of Undergraduate Research*, 3(1), 45–56. <https://doi.org/10.46754/umtjur.2021.01.006>
- Kurniawan, A. (2018). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Edisi Pertama* (1st ed.). ALFABETA, CV.
- Kuswanto, H. (2021). Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Persepsi Waktu, dan Layanan Purna Jual di Trading Company PTA (Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 957–966.
- Larassati, A., & Siswoyo, S. T. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman Berbelanja, Penilaian Konsumen dan Kemudahan aplikasi Belanja Online Lazada terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(2).
<https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i2.647>
- Liya, I., Karmila, K., Budiono, H., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh hallyu wave, brand ambassador, brand image dan wom terhadap keputusan pembelian pada mie sedap selection korean spicy chicken. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 11–26. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7700>
- Maharani, R. S., & Suji'ah, U. (2022). Pengaruh Kredibilitas, Kecocokan Dan Daya Tarik Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Hijab Clear. *JEMBA (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi)*, 1(3), 277–283.
- Marhaeni, W., & Kurniawan, I. S. (2020). Pengaruh Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Produk Private Label Indomaret (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Di Yogyakarta). *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 10(1), 15.
<https://doi.org/10.12928/optimum.v10i1.13933>
- Muhamad, N. (2023). *10 Toko Retail Modern Kategori Makanan/Minuman/Kebutuhan Harian dengan Gerai Terbanyak di Indonesia (2022)*.
 Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/24/indomaret-toko-retail-dengan-gerai-terbanyak-di-indonesia-pada-2022>
- Muzakki, R., & Hakim, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada UPTD Puskesmas. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian 2020*, 122–134.
- Natalia, K., Ompusunggu, A. P., & Sarwono, J. (2019). Pengaruh Persepsi

- Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan E-Filing Dan Dampaknya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kpp Pratama Gambir Tiga (Survei Pada Kpp Pratama Gambir Tiga Periode April-Juli 2017). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 186. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.1922>
- Olonite, O. A. (2022). Olonite Sampling Technique and Taro Yamane Sampling Method: The Paradigm Shift. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3994018>
- Orús, C., Ibáñez-Sánchez, S., & Flavián, C. (2021). Enhancing the customer experience with virtual and augmented reality: The impact of content and device type. *International Journal of Hospitality Management*, 98(July). <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103019>
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS. START UP*.
- Qurtubi, Yudhistira, G. A., Febrianti, M. A., Rachmadewi, I. P., & Purnomo, H. (2022). The Role of e-Commerce: A Systematic Literature Review. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 16(13), 118–129. <https://doi.org/10.3991/ijim.v16i13.30611>
- Satria, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus di Puskesmas Kecamatan Depati VII Kabupaten Kerinci). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 78. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.230>
- Simamora, A. A. N., & Fatira, M. (2019). Kemudahan Aplikasi Dan Keragaman Produk Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online. *Jurnal Maneksi*, 8(2), 213–222. <https://doi.org/10.31959/jm.v8i2.395>
- Simbolon, F. P., Handayani, E. R., & Nugraedy, M. (2020). The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car. *Binus Business Review*, 11(3), 187–196. <https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6420>
- Stanton, W. J., Purnomo, P., Setiawan, R., Wisnu, F. S., Octa, A., Kurniawan, R., Sukma, A., Kotler, P., Keller, K. L., Fuad, M., H, C., Nurlala, Sugiarto, F, P. Y. E., Cahyati, I. F., Lubis, N., & Susanta, H. (2019). Prinsip Pemasaran. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 77–84. <https://distribusipemasaran.com/8-tahap-proses-pengembangan-produk-baru-new-product-development-process/>
- Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. In *Pustaka Abadi, Jember*.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yeskha (ed.); Vol. 1). ANDI.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Pres.
- Sujarweni Wiratna. (2015). Metodologi Penelitian - Bisnis dan Ekonomi. In *Metodologi Penelitian*. <https://doi.org/10.1145/2505515.2507827>

- Susetyo, B., & Cahyadi, N. (2023). Pengaruh Kemudahan aplikasi, Keamanan Transaksi Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Untuk Membeli Sebagai Variable Intervening. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6342–6356. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i3.2806>
- Syntia, S., & Evyanto, W. (2023). The Influence Of Brand Image, Product Quality, And Advertising On The Purchase Decision Of Hanasui Skincare In Batam. *Jurnal Cafetaria. JURNAL CAFETARIA*, 4(2).
- Tehuayo, E., Siahainenia, S., & Marsulam, A. H. (2022). Pengaruh Promosi Online Kelompok Referensi dan Kemudahan Aplikasi terhadap Keputusan Pembelian Game Online di Kota Ambon. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 11306–11316.
- Top Brand Award. (2023). *Hasil Komparasi Brand Indomaret dan Alfamart*. [Www.Topbrand-Award.Com](https://www.topbrand-award.com). https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=533&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Alfamart&brand2=Indomaret
- Veronica, P. (2021). PENGARUH HARGA, STRATEGI PROMOSI, ULASAN KONSUMEN DAN KEMUDAHAN APLIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE Pingky. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, II(1), 39–52.
- Wibowo, A. (2021). Manajemen Pemasaran. *Tujuan Dan Fungsi Manajemen Pemasaran*, 1, 19.
- Yuesti, A. (2020). E-Book Manajemen Pemasaran. In *KARTI*.
- Yulia, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran* (Issue April).
- Zulfita, E., Nofriansyah, D., Batubara, I. W. S., & Nurbaiti, N. (2022). Analysis of the Evolution of E-Business in the Channel Enhancement Stage in Retail Companies in Indonesia (Case study at PT Indomarco Prismatama (Indomaret)). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 156–162. <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1.402>