

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., & Albani, A. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. *Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(3), 1–14. <https://doi.org/10.32493/frkm.v1i3.2545>
- Ayu, I. D., Diyah, G., Luh, N., Sayang, W., Putu, G., & Jana, A. (2019). Pengaruh Personal Selling Agen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Pada Pt . Sun Life Financial Cabang Pamaron a . Yani. 5(2), 131–139.
- Dewi, L., & Sindarko, W. (2018). Pengaruh Keragaman Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen La Cherie. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 9(2), 61–69.
- Dwiarta, I. M. B. (2016). Pengaruh kualitas produk, kepercayaan konsumen dan promosi terhadap kepuasan konsumen pt. varia usaha beton di sidoarjo. 1411, 46–60.
- Dylan Trotsek. (2017). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.
- Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2019). Faktor-Faktor Loyalitas Pegawai Di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 671–680. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22478>
- Hadita, H. (2018). Dampak Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ramayana Departemen Store. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(3), 365–374. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i3.154>
- Jelita, R. N., Claudia, D., & Simanjuntak, Y. (2020). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK COKLAT PADA PT . PERMATA NIAGA MEDAN. 6(1).
- KAHRAMAN, B. (2016). No Title مقباس مقترح لتقييم جودة خدمات الملحقيات الثقافية المقدمة للطلاب. 40–11), 01(147, :□□□□ □□□□□□ □□□□□□ □□□□ □□□□□□□□ □□□□. □□□□.
- Kiswuryanto, R. P., & Ferdinand, T. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Online “Fisheye Outlet” Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 5(4), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 38–55. <https://doi.org/10.24269/asset.v2i2.2388>
- Masruri, F., Halik, A., & Arif, D. (2019). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk dan iklan terhadap kepuasan konsumen. *IQTISHADEquity*, 1(1).
- Melda, Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Enterpreneur*

- Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 1(2), 143–149.
- muh. arif. (2020). JEMA Adpertisi. *JEMA Adpertisi*, 1(2), 59–77.
- Murdani, N. K., Luh, N., Ayu, K., & Sucandrawati, S. (2021). *Jurnal Satyagraha*.
- Niaga, A., & Malang, P. N. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap*. 129–133.
- Pelayanan, P. K., & Dan, K. P. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian cat merek tertentu pada salah satu distributor cat di batam*. 4(3), 521–526.
- Pengaruh, A., Harga, P., Tempat, D. A. N., Studied, C., All, T. O., & Customer, A. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Di Amurang). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2313–2322. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16534>
- Prasetyo, R., & Arista, A. (2018). Penerapan Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Oleh Konsumen Pada Pt Putera Karyasindo Prakarsa Batam. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 70. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.680>
- Prastika, R. D., & Sugiono. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Leopard Cafe Way Jepara Lampung Timur. *Jurnal DINAMIKA*, 3(1), 36–47.
- Pratama, A., & Realize. (2020). Pengaruh Kualitas, Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(1), 31–41.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1, 202–224.
- Produk, P. K., Merek, C., & Ykpn, S. (2020). *Cakrawangsa bisnis*. 1(1), 115–125.
- Rohmawati, Z. (2018). Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 19. <https://doi.org/10.30587/jre.v1i2.418>
- Rorimpandey, J., Sepang, J., & Arie, F. V. (2017). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Cafã% Black Cup Coffee & Roastery. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 893–900. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16006>
- Rosalina, M., Qomariah, N., & Sari, M. I. (2019). Dampak Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo Smartphone. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(2), 161–174.
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 108–122.
- Satria, B., Program, M., Manajemen, S., Batam, U. P., Program, D., Manajemen, S., & Batam, U. P. (2020). *Pengaruh kualitas produk dan keberagaman terhadap minat beli di pasar pagi jodoh kota batam*. 3(September), 588–598.
- Selumang, H. S. (2020). *Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pala Kering Pedagang Pengumpul Kecamatan Siau Barat Utara*. 1(4), 368–373.

- Sujono. (2017). *Magister Teknik Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta* 2. 9(2), 27–37.
- Suryani, A. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Herbalife Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Club Sehat Sky Town. *Jurnal Adminika*, 5(1).
- TAJUDIN, M. H., & MULAZID, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19–46. <https://doi.org/10.32678/ije.v8i1.64>
- Tanjaya, S. C., Maneke, L., Tawas, H., Informasi, P. K., Dan, K., Konsumen, K., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.25701>
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>
- Upbatam, I., & Saputra, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada Pt Prima Bintang Distribusindo. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 17–24. <https://doi.org/10.35829/magisma.v8i2.94>
- Vogt, W. (2015). Random Sampling. *Dictionary of Statistics & Methodology*, 5(1), 15–24. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1598>
- Wardhani, S. D., & Adiwijaya, Z. A. (2019). *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan , Instiusional Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2017. Idx*, 76–97.
- Willy, F., Goh, T. S., Universitas, D., & Indonesia, M. (2020). *PENGARUH PERSONAL SELLING DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP EFEKTIFITAS PENJUALAN BAN SEPEDA MOTOR PT . MEGA ANUGRAH MANDIRI*. 6(1), 43–56.