

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A., & Abubakar, R. (2021). Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing). *Sefa Bumi Persada Aceh*.
- Adnan, & Aiyub. (2020). Reinventing Potensi Generasi Millennial di Era Marketing 4.0. In ... *Pada: Https://Repository. Unimal. Ac. Id ...*.
- Afriyani, R., Sholeh, A., & Febliansa, R. (2023). The Effect of Social Media, Brand Image and Products on Purchasing Decisions at the Mj Shop Manna Bengkulu Selatan Store. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital*, 2(2), 101–110. <https://doi.org/10.37676/jamdbd.v2i2.4214>
- Andrian, et al. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Andriani, A. D., & Kamaruddin, S. A. (2024). Pemasaran. *Inovasi Dan Kreativitas Dalam Ekonomi*, 7(1).
- Azizah, I., & Astuti, P. B. (2024). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Miniso di Trio Mall Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 6(2), 241–255.
- Azman, C. N., & Bahri, H. (n.d.). *The Influence Of Brand Image On Product Quality And Price To Purchase Decisions Bella Square Square Hijab For Female Students Faculty Of Economics And*. 780–791.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh media Sosial terhadap keputusan pembelian di toko kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324.
- BR DAMANIK, R. Y. (2024). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pie Kopi Di Takengon Aceh Tengah*. Universitas Malikussaleh.
- Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(2), 256–271.
- Fiana, E. O., & Hartati, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan “Mie Gacoan” di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 149.
- Geret, M., Yelviana, A., Sagitary, A., Fitri, A., Putri, I. K., & Putra, R. B. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perusahaan Transmart

- Padang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu Nusantara*, 1(1), 14–19.
<https://doi.org/10.61674/jimin.v1i1.47>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gitama, G. N. D. P., Fariza, M., Kartika, I., & Amroni, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Digit*, 13(2), 165.
<https://doi.org/10.51920/jd.v13i2.352>
- Hakim, M., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Petang Di Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 67–77.
- Hansen, C., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(5), 551.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view/30515>
- Hasbi, H. S., & Apriliani, R. A. E. P. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2), 365–371.
- Hidayahtullah, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beli Konsumen Bucket Sragen [Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta]. In *Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta* (Vol. 4, Issue 1). S Hidayatullah, R Junaidi - 2023 - eprints.iain-surakarta.ac.id
- Hidayatullah, S., & Junaidi, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bucket Sragen*. UIN Surakarta.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Juvianti, J., & Purba, T. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Trisigma Globalindo. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(5), 460.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view/30474>
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Pro Mark*, 10(1).

- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 6673.
- Kharisma, R. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Abill Art*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Kosasih, E., Raharusun, A. S., Dalimunthe, R. P., & Kodir, A. A. (2020). Literasi media sosial dalam pemasyarakatan moderasi beragama dalam situasi pandemi Covid-19. *Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Makena, Y. (2023). Analisis Pengaruh Keragaman Produk Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kanaan di Kelurahan Kolana Utara Kecamatan Alor Timur Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18), 977–991.
- Nensiana, K. A., & Mayasari, N. M. D. A. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Neana Florist. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 95–102. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i1.59227>
- Ningsih, A. S., Bachri, N., & Bahri, H. (2024). The Effect of Product Quality, Price, and Halal Labels on HNI Products on Consumer Buying Interest in Aceh Tamiang. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 2(04), 1184–1193.
- Ningtyas, A. A., Tresnati, R., & Harahap, D. A. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Baso Iqbal Cimahi*. February.
- Prasetyo, A., Rina, R., & Arora, C. (2024). Pengaruh Celebrity Endoser Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Kota Batam. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 10(3), 279–294.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Putri, G. A., Nofirda, F. A., & Siregar, D. I. (2023). Pengaruh Sosial Media dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram di Pekanbaru). *Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 286–302.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18–29.

- Rahmadani Hidayat, S. E., Menhard, M. M., SE, M., SE, M. M., SE, M. M., SE, M. M., & MM, S. K. (2024). *Manajemen Pemasaran*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Rahmadani, I. (2024a). *Pengaruh Media Sosial Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Make Up Artist (Mua) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Medan Area) Skripsi Oleh : Indah Rahmadani Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Meda*.
- Rahmadani, I. (2024b). *Pengaruh Media Sosial dan Content Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Make Up Artist Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Medan Area*. Universitas Medan Area.
- Ramba, I. U., Pongtuluran, A. K., & Pagiu, C. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Social Media Marketing Instagram terhadap Keputusan Pembelian Buket pada Barung Bouquet Kecamatan Tallunglipu Kabupaten Toraja Utara*. 1(4), 219–231.
- Riskyady, Y. F., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Loker.Com. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1181–1187.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36108>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, 10, 1–20.
- Saputra, R. (2019). *Pengaruh Media Sosial Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.
- Sari, D. P., & Kurniawati, O. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Goreng Nelongso Nginden Semolo Surabaya. *Media Mahardhika*, 20(3), 461–468.
- Sari, P. M., & Bahri, H. (2024). *The Effect Of Product Quality , Brand Image And Price On Purchase Decisions On Ades Packaged Drinking Water (Amdk) (Case Study : On Students of the Faculty of Economics and Business , Universitas Malikussaleh)*. 12–20.
<https://doi.org/10.54443/ijset.v4i1.623>
- Sari, R. (2023). *Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Artha Jaya Semester Skripsi*. 12, 474–487.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017a). *Metode penelitian untuk bisnis: Pendekatan pengembangan-keahlian*, edisi 6 buku 1.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017b). *Metode Penelitian untuk Bisnis (e6) 1*.
- Shadrina, R. N., & Yoestini, Y. (2022). Analisis pengaruh content marketing, influencer, dan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi pada pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Sihombing, L. A., Suharno, S., Kuleh, K., & Hidayati, T. (2023). The Effect of Price and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions through Brand Image. *International Journal of Finance, Economics and Business*, 2(1), 44–60. <https://doi.org/10.56225/ijfeb.v2i1.170>
- Silape, B. R., Mananeke, L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Simamora, A. A. N., & Fatira, M. (2019). Kemudahan aplikasi dan keragaman produk dalam membentuk keputusan pembelian generasi milenial berbelanja secara online. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 8(2), 213–222.
- 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>
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh kualitas produk dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk amondeu. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5(1), 63–71.
- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotik MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 134–140.
- Tabelessy, W. (2021). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(2), 89–97. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i2.274>
- Wahyuni, R., Bulan, T. P. L., & Amilia, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ms Glow Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(4), 920–929.
- Wedari, W. G., Rusandy, D. S., & Dewi, A. S. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Jati Mulia Kauman Tulungagung. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(4), 38–48.
- Wicaksono, S. Y., & Mashariono, M. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiki di surabaya.

Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM), 9(7).

Zidane, M., & Sita deliyana firmialy. (2024). Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Dengan Financial Literacy Sebagai Moderator (Studi Kasus Di Lls Coffee). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 232–244. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.53166>