# DAFTAR PUSTAKA

Adinata, K. J., & Yasa, K. N. N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga dan Sikap terhadap Niat Beli Kembali di situs Lazada. *Jurnal Manajemen Unud*. 7(8). 4153-4180.

Arti, S., Siregar, Z. M. E., & Lubis, J. (2021). *The Effect of Promotion, Price, and Brand Image on the Decision to Choose a Computer Course Institution at Fiara Computer LKP in Selat BesarVillage. Budapest International Research and Critics Institute-Journal.* 4(3). 4483-4491.

Bernarto, I.. *et al.* (2020). *The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. Jurnal Manajemen.* 24(3). 412-426.

Firmansyah, F., & Nasikha, N.N. (2021). *The Effect of Product Diversity and Service Quality on Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Study of Toko Pertanian Subur, Pace Nganjuk District). Journal of Management and Business.* 20(1). 61-70.

Hidayat, R., & Sujud, A. (2019). Pengaruh Atmosfer Toko, Lokasi dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Planet Ban Margonda Raya Depok. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 15(1). 17-29.

Johannes, C. S., & Siagian, V. (2021). *The Effect of Brand Ambassador, Trust and Price Discount on Interest in Buyying in Tokopedian Applications. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM).* 6(2). 98-112.

Kotler, & Amstrong. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed). Pearson.

Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemaasaran* (13th ed.). Erlangga.

Lapasiang, D., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Karombasan Manado. *Jurnal EMBA*. 5(3). 3066-3077.

Mandei, J. M. V., Massie, D. D. J., & Soepono, D. (2020). Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Loyalitas Konsumen di *Brownice Beverage and Pastry*. *Jurnal EMBA*. 8(4). 361-369.

Marsella, D.D., Taufik, M., & Hartono. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang. *Journal of Organization and Business Management.* 2(4). 236-241.

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image)* terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Denay (studi kasus pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara.* 1(2), 71-83.

Mulazid, A.S., & Tajudin, M.H. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok. *Jurnal Ekonomi Islam*. 8(1). 19-46.

Prasetya, E.G., Sunarti., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2014 Konsumen Air Mineral Aqua). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 62(2). 214-221.

Sari, N., & Setiyowati, S. (2017). Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro*. Jurnal Manajemen Magister.* 3(2). 186-199.

Simamora, S., & Realize. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada *Shopee Online*. *Jurnal Ilmiah Kohesi*. 4(3). 236-241.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif (Setiyawami (ed); 2nd ed.).

Tirtaatmaja, I. D., Tampi, R. E. J., & Punuindoong, Y. A. (2019). Pengaruh *Brand Image* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza pada PT. Hasjrat Abadi Tendean Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 9(1). 90-95.

Tjahjaningsih, E., Ningsih, D.H.U., & Utomo, A. P. (2020). *The Effect of Service Quality and Product Diversity on Customer Loyalty the Role of Customer Satisfaction and Word of Mouth. Journal of Asian Finance, Economic and Business.* 7(12). 481-490.

Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip*. CV. ANDI OFFSET.

Utomo, W. I. (2017). Pengaruh *Brand Image, Brand Awareness,* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* Pelanggan *Online Shopping* (studi kasus pada Karyawan di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*. 8(1). 76-84.