

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Ed Revisi VI. Penerbit PT Rineka Cipta. Jakarta
- Awy. Apriani.N.S., Dkk. 2019. Kemudahan Aplikasi Dan Keragaman Produk Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online. *Jurnal Akuntansi Dan Poletenik Negri Medan*, (8)2, H. 213-222
- Arsyanti.M. N., Astuti. T.R.R.2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Toko Online Shopastelle, Semarang). *Jurnal Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro*, 5(2), h. 1-11
- Bob Foster. 2016. Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product "Amidis" (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), h. 1-11
- Diza, F., Dkk. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado). *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado*, 4(1), h. 109-119
- Djan, Ismulyana. dan Adawiyah Siti R. 2020. The Effect Of Convenience And Trust To Purchase Decision And Its Impact To Customer Satisfaction. *International Journal Of Business And Economics Research*, 9(4), h. 263-269
- Friani. Gloria. I., dkk. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi Pada Pt. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Administrasi Bisnis*, 6(2), h. 86-96

- Ita. Evy.W. dkk. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta*, (1), h. 155-125
- Jefryansyah., Muhajirin. 2020. Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sekolahtinggi Ilmu Ekonomi (Stie) Bima*, 2(1), h. 85-94
- Kusumah. R. 2015. Analyze The Effect Of Trust, Price, Quality And Perceived Risk Toward Consumer Purchase Behavior In Online Shops Instagram. *Jurnal International Business Administration (Iba) Program, Management Department, Faculty Of Economics and Business, sam Ratulangi University, Manado*, 15(5)
- Khafidatul. Ilmiah 2020. Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Jurnal Stie Al-Anwar jawa timur*, 6(1), h. 31-42
- Farli. Liwe 2013. Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado*, 1(4), h. 2107-211
- Madeline, Sharon., Sabrina, O. S.,. 2019. The Impacts Of Brand Experiences On Brand Love, Brand Trust, And Brand Loyalty: An Empirical Study. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 20(2), H. 91-107
- Mimi. S.A., Feliciano D. 2017. Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Di Jakarta Barat. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Tarumangara*, (22)1, H. 124-131

- Paquita. U., Saino. 2020. Pengaruh Desain Produk, Keragaman Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Giyomi Melalui Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*. 08(01), h.702-708
- Pojoh.A.S.L., Et Al. 2019.The Influence Of Product Diversity And Store Atmosphere On Customer Satisfaction At Miniso Manado, *Jurnal international Business Administration, Management Program, Faculty Of Economics And Business University Of Sam Ratulangi Manado*, 7(4), H. 4543-4551
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung. Penerbit: CV Alfabet
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV
- Suharto, Durotun. N. 2020. [The Effect Of Celebrity Endorsement And Trust On Purchasing Decisions](#). *International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)*, 7(3), h. 72-77
- Suharto. 2019. The Measurement of Purchase Decision Using Service Quality Through Brand Equity. *International Journal of Management Sciences and Business Research*, 8(2).h. 16-22
- Semarang manab. Dkk. 2019. Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Index Sukoharjo. *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Batik Surakarta edunomika*, 3(2),h. 533-540
- Suparmi, Handoko K. 2018. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Yodya Karya (Persero) Cabang Utama Semarang. *Jurnal ilmiah UNTAG Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Semarang*, 2(1), h. 102-117
- Selang, D.A.C. 2013.Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado.*Jurnal Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado*, 1(3), h.71-80

- Setiawan Assegaff. 2015. Pengaruh Trust (Kepercayaan) dan Online Shopping Experiences (Pengalaman Berbelanja Online) terhadap Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Online: Prespektif Konsumen di Indonesia. *Jurnal Program Magister Sistem Informasi Stikom Dinamika Bangsa*, 13(3), h. 463-472
- Waanans R.S.J. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado*. 1(4), h. 607-618
- Walangare. L. J., Dkk. 2019. The Influence Analysis Of Satisfaction Factor, Trust And Service Toward Customer Loyalty In The Coffee Bean Mantos. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulang*. Vol.7 No.1.h. 581-590
- Sri.Wilujeng.2015. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang. *Jurnal Manajemen FEB Universitas Kanjuruhan Malang*.1(2).h. 93-197
- Wu.Yingyi., et al. 2019. The Influence of Product Diversity on Consumers' Impulsive Purchase in Online Shopping Environment. *American Journal of Industrial and Business Management Jinan University, Guangzhou, China*, 9, h. 608-698