

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, P.N and Denny Ammari Ramadhan. (2019). Effect of competitive prices, completeness of products, and locations on consumer purchasing decisions at metro electronics & furniture rantauprapat. *BMC Public Health*, 5(1),1–8.
- Agus, W, Salasa Gama, Ni Wayan Rustiarini, N. P. N. A. (2016). Pengaruh lokasi, fasilitas, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. 11(1), 22–30.
- Alexander, B., Nobbs, K., & Varley, R. (2018). The growing permanence of pop-up outlets within the international location strategies of fashion retailers. *International Journal of Retail and Distribution Management*. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-09-2017-0217>
- Asbudin, Sahyuni, & La Ode, A. M. (2019). Dampak keberadaan ritel modern terhadap keberlangsungan ritel tradisional (*Studi*. 34–42).
- Azwar, S. (2001). Metode Penelitian. Edisi I, 3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baruna, H.B, Shilvana Husani, H. A. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4B). <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Benson, Kotler, P. dan K. K. (2007). Indikator keragaman produk. 136.
- 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.
- Fauji, R., Faddila, S. P., Hs, J., Waluyo, R., Timur, T., Karawang, K., & Barat, J. (2019). Futsal karawang. 35–56.
- Grewal, D., Roggeveen, A. L., & Nordfält, J. (2017). The Future of Retailing. *Journal of Retailing*. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.12.008>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis: Pearson new international edition. *Pearson Higher Ed*.
- Harahap, D. A., Amanah, D., & Agustini, F. (2018). Effect of product completeness and price on consumer purchasing decision in smes market medan. *Jurnal Manajemen*, 22(1), 47–61. <https://doi.org/10.24912/jm.v22i1.312>

- Harahap, D. A., Hurriyati, R., V.Gaffar, & Amanah, D. (2018). The Effect of Location and Products Completeness to Consumer Buying Decision of Small and Medium Enterprise Market. <https://doi.org/10.5220/0007114200300033>
- Hartini, S., & Syahril, M. (2017). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Ponsel (Studi Kasus Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pakuan Bogor), 12.
- 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.
- Kotler, P. dan K. (2007). Manajemen Pemasaran. Jilid I, Edisi dua belas, PT.Indeks, Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2014). Marketing Management (P. E. L. England (ed.); 14th ed.).
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). Manajemen Pemasaran (Edisi 12). PT.Indeks,. In e – *Jurnal Riset Manajemen*.
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. *Jilid 1* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin, L. (2015). Manajemen Pemasaran. *Edisi 13* (Jilid Kedua. Jakarta: Penerbit Erlangga).
- Lisdayanti. (2017). Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere, Harga dan CRM terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada the Milk Bar Bandung. *Sustainable Competitive Advantage*, 169–187.
- Marsella, D. D., & Taufik, M. (2020). Pengaruh Keragaman Produk , Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang. 236–241.
- Melda, Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 1(2), 143–149.
- Meva, N. (2020). Cegah virus corona dengan memperkuat sistem imun. <https://www.alodokter.com/cegah-viruscorona-dengan-memperkuat-sistem-imuntubuh>
- Nasruddin. (2020). Pengaruh Faktor Lokasi, Kelengkapan Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pembelian Ulang Konsumen. 130–145.

- Ogi, supandi dan rotinsulu. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Citra terhadap Keputusan Pembelian di Matahari Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 3953–3962.
- Organization, W. H. (2019). Coronavirus.
<https://www.who.int/healthtopics/coronavirus>
- Philip, K. and G. A. (2014). Principle of Marketing (14 Edition). *Pearson Education, Inc.*
- Rachmi, P. (2017). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Cap Jempol Ponsel Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 80–85.
- Render, heizer. (2015). Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan (J. Salemba Empat (ed.); 11th ed.).
- Rumayta shadrah, H. pujiwati. (2020). Upaya penanggulangan penyebaran wabah novel coronavirus disease (covid-19) di kelurahan tanjung agung kecamatan sungai serut kota bengkulu. *Journal of community services*, 1, 45–53.
- Schiffman & Kanuk. (2001). Perilaku Konsumen (4 (ed.)). Prentice Hall.
- Sekaran, U. (2006). Research Method For Business (Buku 1). Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2006). Research Method For Business. Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2011). Motode penelitian untuk bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung : Alfabeta, CV.*
- Sylvana, D.N. (2019). Influence diversity of products, price, promotion and location towards customer satisfaction with purchase decision at transmart carrefour plaza medan fair. *viii.*
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, Penelitian. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 1–12.
- Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi Kedu). Andi.

Utami, C. W. (2015). Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia (3rd ed.). Salemba Empat. Jakarta.

Utami, C. W. (2017). Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Ritel Modern. Salemba Empat.

Weitz, L. and. (2012). Retailing Management (McGrow.Hill (ed.); 8th ed.).

Widiyani, R. (2020). Latar Belakang Virus Corona, Perkembangan hingga Isu Terkini. Detiknews.

Yati Ambarwati, N. Rachma, & Rahman, F. (2017). Pengaruh pemilihan tata letak produk, harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada royal atk. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.

