

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behaviour* (2nd Editio). Open University Press.
- Amatullah, N. A., Arifin, R., & Rahmawati. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Promosi, Lokasi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Minimarket Swalayan 89 Kota Probolinggo). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(08), 65–76.
- Andrianas, Y., Tulhusnah, L., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Kepercayaan Konsumen dalam Menentukan Minat Beli Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Sejahtera di Mangaran. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(4), 729–743.
- Awaludin, I., Iskandar, Y., & Lestari, M. N. (2024). *Pengaruh Lokasi dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Pasar Tradisional Panglayungan Tasikmalaya)* (Vol. 6). <https://www.google.com/maps/place/Pasar+iceu+>
- Dewanata, O. Y., Santoso, B., & Rahayu, J. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi dan Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mebel Putra Furniture Puger. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 4(2), 251–264. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v4i2.5179>
- Ding, C., Zhang, R., & Wu, X. (2023). The Impact of Product Diversity and Distribution Networks on Consumption Expansion. *Journal of Business Research*, 161(263), 113833. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113833>
- Fadhilah, M., Cahya, A. D., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Atmosfir Toko, Lokasi Toko Dan Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Kelontong Src Hendro. *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management and Business*, 6(2), 408–415. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i2.664>
- Fikri, M. A., Akbar, T., & Harianto, K. (2024). Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Listy Mart. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(4), 96–108. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v2i4.2606>

- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 untuk Penelitian Empiris. In *Bab III Metoda Penelitian*. Yoga Pratama. <http://repository.stei.ac.id/6706/>
- Gunawan, S., Pradiani, T., & Suryaputra, R. (2026). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Villa Kingspark8 di Batu Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen (JIRAM)*, 4(1), 83–90. <https://doi.org/10.32815/wex36d91>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Sage Publishing* (Vol. 3, Number 1). Springer.
- Haitao, N. (2022). *Analysis of product variety and price on purchase decisions. International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(1), 73–82. <https://doi.org/10.38035/ijam.v1i1>
- Huang, Y., & Suo, L. (2021). Factors Affecting Chinese Consumers' Impulse Buying Decision of Live Streaming E-Commerce. *Asian Social Science*, 17(5), 16. <https://doi.org/10.5539/ass.v17n5p16>
- Indriani, S. A., Abdurachman, U., Situbondo, S., Hamdun, E. K., & Syahputra, H. (2024). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Baru Senang. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 3(8), 1526–1540.
- Indriani, S. A., Hamdun, E. K., & Syahputra, H. (2024). Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Toko Baru Senang. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 3(8), 1526–1540. <https://doi.org/10.36841/jme.v3i8.5130>
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Ramadani, L. D. (2021). Pengaruh E-Promotion, E-WOM dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening. *Management and Business Review*, 5(2), 224–238.
- Kewo, S. T., & Ady, S. U. (2024). The Influence of Green Marketing and Brand Image on Interest in Buying Aqua Packaged Drinking Water. *Journal of*

Innovation in Management, Accounting and Business, 3(2), 161–169.
<https://doi.org/10.56916/jimab.v3i2.908>

Komariah, N. D., Arief, M. Y., & Fandiyano, R. (2024). Pengaruh E-WoM dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Makanan pada Pengguna GoFood dengan Price Discount sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(2), 350–364.
<https://doi.org/10.36841/jme.v3i2.4844>

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. In *Pearson* (16th ed.). Pearson.

Lazuardi, S., Wahjoedi, T., Emmywati, Rahardjo, K. A., & Nugroho, A. D. (2025). Product Variety on Customer Satisfaction: The Mediating and Moderating Role of Price Perception and Service Quality. *International Journal of Education, Social Studies, and Management (IJESSM)*, 5(2), 859–869.
<https://doi.org/10.52121/ijessm.v5i2.778>

Mau, M., Kurniawan, A. P., & Wisang, I. V. (2023a). Pengaruh Lokasi, Harga dan Keberagaman Produk terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional (Pasar Maumere). *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(2), 56–71.
<https://doi.org/10.59603/projemen.v10i2.29>

Mawardi, F. K., Tulhusnah, L., & Praja, Y. (2024a). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Toko Fashion Mia Collection Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 3(7).
<https://doi.org/10.36841/jme.v3i7.5862>

Muzemmil, M. I., Pramesthi, R. A., & Subaida, I. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Toko Jakarta Fashion Super Model di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 4(6), 1–25.

Osgani, H. K., & Yulistyawati, T. (2024). Pengaruh Inovasi Produk dan Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Nutrisi Club Herbalife Malang. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, Dan Pajak (JBEP)*, 1(2), 137–145. <https://doi.org/10.61132/jbep.v1i2.162>

- Padmavathy, C., Lee, S. J. A., Pattusamy, M., & Roy, S. K. (2025). Determinants of customers' variety seeking intentions on mobile food ordering applications. *Journal of Strategic Marketing*, 00(00), 1–15. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2025.2545869>
- Putra, A. P., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Coffee Culture Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1349–1355. <https://doi.org/10.26740/jptn.v9n3.p1349-1355>
- Putri, S. H., & Sutarmin. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Mediasi. *Journal Social Society*, 5(2), 1381–1399.
- Rahman, E. A., Abdurachman, U., Situbondo, S., Wahyuni, I., & Praja, Y. (2024). Pengaruh word of mouth, keragaman produk, dan lokasi dalam membentuk minat beli ulang pada Toko Andin Cemilan Situbondo dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 3(8), 1633–1648.
- Rasyid, M., Abdurachman, U., Situbondo, S., Fandiyanto, R., & Soeliha, S. (2025). Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Roti Permata Bakery Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 4(9), 2207–2227.
- Salsabila, B. T. (2024). *Pengaruh digital marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai intervening. Bismar (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 7(3), 633–649.
- Saputra, G. A., Hendayana, Y., Navanti, D., Martinio, J., & Hadita. (2025). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Brand Image melalui Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Properti Syariah di Wilayah Bekasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 849–860.
- Sholichah, L. F., & Mardikaningsih, R. (2024). Analisis Pengaruh Promosi Digital, Citra Merek, dan Keberagaman Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Sandal dan Sepatu di Kepuh Kiriman Waru. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 3(7), 637–655.
- Silvia. (2023). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Keragaman Produk, dan

- Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Supermarket Carrefour di Pontianak. *BIS-MA (Bisnis Manajemen)*, 7(11), 2327–2338. <https://journal.widyadharma.ac.id/index.php/bisma/article/view/6075>
- Siregar, W. A., & Arfah, Y. (2023). *Pengaruh Lokasi, Harga, dan Keberagaman Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Pasar Tradisional Gambir Kota Tebing Tinggi)*. 2(2), 85–94. <https://doi.org/10.70021/mbp.v2i2.121>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2 (Edisi K). Alfabeta.
- Wang, C., Liu, T., Zhu, Y., Wang, H., Wang, X., & Zhao, S. (2023). The influence of consumer perception on purchase intention: Evidence from cross-border E-commerce platforms. *Heliyon*, 9(11), e21617. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21617>
- Wiyono, W., & Wardhana, I. A. (2021). Analisis Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Perilaku Konsumen dengan Minat sebagai moderasi terhadap Kepuasan Konsumen Muslim. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1096–1103. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.387>
- Yolandia, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Pembelian pada TB Isna Tulungagung. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(5), 557–566.
- Zahra Mutaqin, A., Ali, H., Khan, M. A., Sawitri, N. N., Navanti, D., Ekonomi, F., Program, B., & Akuntansi, S. (2025). Pengaruh keberagaman produk dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian produk Omah Furniture. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 450–465.
- Zein, A. F., Karnadi, & Praja, Y. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Toko Melina Panji Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(9), 1825–1841. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i9.2235>