

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, Niken. dkk. (2017). “Analisis Pendapatan Pedagang Tanaman Hias pada daerah Sentra dan Non-Sentra di Kecamatan Tawangmangu”. *Journal of Sustainable Agriculture*, Vol.32 (2). 84-94.
- Antari, Kadek Ria M. dkk. (2014). “Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Berbelanja pada Mini Market Sastra Mas Tabanan”. *Jurnal Ekonomi*, Vol.4 (1).
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Basu Swastha. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Basuki, Agus Tri dan Nano Prawoto. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*, Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Jakarta: Rajawali Pers.
- Candrawati, Hari. dkk. (2020). “Pemasaran Tanaman Hias Perspektif Ekologi Media Digital: Studi terhadap Kelompok Tani Bojongsari Baru Kota Depok”. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, Vol.2 (1). 35-50.
- Efnita, Titik. (2017). “Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada *Wedding Organizer*”. *Jurnal AdBispreneur*, Vol.2 (2). 107-115.
- Fandy, Tjiptono. (2004). *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasanah, Nur dan Sulaiman Lubis. (2017). “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias pada CV.Paris Garden Medan”. *Jurnal Plans*, Vol.12 (1).
- Hendri, Ma’ruf. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Henry Simamora. (2000). *Basis Pengembalian Keputusan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jasniko. (2013). *Jurnal: Pengaruh Atmosfer Toko dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Padang*. UPI “YPTK”.
- Kotler, Philip. (2015). *Manajemen ritel: (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*. Terjemahan: Utami, C. W. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, Philip. dkk. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku Dua, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andy.
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Melenium, Jilid 2. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (1994) *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Terjemahan: Ancella Anitawat Hermawan. Jakarta: Salemba Empat.
- Kuniawan, Tommy. N. (2016). “Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugrah”. *Jurnal manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol.1 (4). 455-463.
- Mega, C. Puspita dan Agung Budiarmo. (2020). “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.9 (3). 268-275.
- Nurrahman, Indra dan Rd. Dian Herdiana U. (2016). “Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian”. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*, Vol.1 (1). 54-63.
- Nuryanti, B. Lena dan Anisa Yunia Rahman. (2008). “Pengaruh Variasi dan Kemasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya”. *Jurnal Strategic*, Vol.7 (14). 31-82.
- Oetomo, Rahardian.A dan Nugraheni, Rini. (2010). *Analisis Pengaruh Keragaman menu, persepsi harga dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen (Studi pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang)*. Jurnal. Sheth, J.N., B. Mittal and B. I. Newman. (1999). *Consumer Behavior : Consumer Behavior and Beyond*. Orlando: The Dryden Press.
- Pradwika, Disa Fitri dan Sudharto P. Hadi. (2018). “Pengaruh Promosi Kreatif dan variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen E-Commerce Zalora.co.id”. *Diponegoro Journal of Social and Politic*. 1-11.

- Putong. (2003). *Daya Beli dan Sikap Pelanggan terhadap Pemakaian (Usage) Telepon*. [Online]. Tersedia: http://resposiroty.upi.edu/operator/upload/t_mmb_0708028_chapter1.pdf. [3 November 2014].
- Staton, William J. (1993). *Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Jilid 1. Terjemahan: Yohanes Lamarto. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, Mikael Hang. (2016). *Sistem Operasional Manajemen Distribusi*. Jakarta: Grasindo.
- Uma Sekaran. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Umi Narimawati. dkk. (2010). *Penlisan Karya Ilmiah: Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir*. Jakarta: Penerbit Genesis.
- Utami. Christina Whidya. (2010). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern DiIndonesia*, Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Yusda, Desi D. (2019). “Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *House of Shopaholic* di Bandar Lampung”. *Jurnal TECHNOBIZ*, Vol.3 (3). 14-18.