

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Internet

- Buchari, Alma. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Utami, Christina Whidya. (2014). *Manajemen Ritel*. Salemba Empat. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa (prinsip, penerapan, penelitian)*. Abdi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi Empat. Abdi Offset. Yogyakarta
- Kotler, Phillip dan Armstrong, Gary. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Alih Bahasa Bob Sabran. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Phillip dan Armstrong, Gary. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall Twelfth Edition*. England : Person Education, Inc.
- Kotler, Phillip dan Armstrong, Gary. (2016). *Principle Of Marketing*. 15th Edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran*. 13th. Alih Bahasa Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Person Education, Inc.
- Store Consina Official Karawang*, Gedung gramedia lantai 1 area counter jln. raya galuhmas kavling komersil blok V sukaharja, Telukjambe – Karawang

Jurnal dan Artikel

- Aaker, D. A. (2009). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. The Free Press. <https://doi.org/10.2307/1252048>
- Agustina, L. (2017). Pengaruh Suasana Toko Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toserba Maya Di Kec. Randublatung Kab. Blora. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1), 39–43.
- Alma, B. (2016). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan).

- Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104.
<https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Amelia, F. (2019). Pengaruh Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, Dan Product Innovation Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Rebranding All New Sour Sally). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*.
<http://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/4927>
- Anggraini, O. E., Yulifa, W. R., dan Santoso, A. P. A. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Garansi Produk Elektronik. *Prosiding HUBISINTEK*, 1, 161–168.
<http://repository.unair.ac.id/98261/>
- Arsyangti, N. M., dan Astuti, R. T. (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). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Azany, F. (2014). Analisis Pengaruh Desain Produk, Motivasi Konsumen dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio. *Universitas Diponegoro*, 1–77.
- Batee, R. R. (2021). *Kegiatan Outdoor jadi Tren Self Healing Selama Pandemi Covid-19*. Galamedia News.Com. <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/humaniora/pr-353250618/kegiatan-outdoor-jadi-tren-self-healing-selama-pandemi-covid-19>
- Danuwijaya, D. M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sepatu Outdoor Merek Consina di Kota Surakarta*.
<http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/79515%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/79515/11/H-DEPAN-1.pdf>
- Engels, J., dan Roger, B. (2015). *Perilaku Konsumen*. Binarupa.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Iskuntianti, N. D., Faisal, M. A., Naimah, J., & Sanjaya, V. F. (2020). The Influence Of Brand Image, Lifestyle, And Product Quality on Purchasing Decisions. *Journal of Business Management Review*, 1(6), 436–448.
<https://doi.org/10.47153/jbmr16.752020>

- Kotler, Philip dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. (15th ed.). Global Edition. Pearson. <https://doi.org/10.2307/2279799>
- Kotler, Philip, dan Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall* (12th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip, dan Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, Phillip, dan Amstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Phillip, dan Keller, K. L. (2007). *Managemen pemasaran edisi* (12th ed.).
- Lesmana, R., dan Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2830>
- Listiani, I. (2022). Pengaruh Label Nomor Registrasi Barang Keamanan, Keselamatan, Kesehatan, dan Lingkungan Hidup (K3L) dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Seprai. *Cendekia Niaga*, 6(1), 12–21.
- Liwe, F. (2015). Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 5–24.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Lutfianti, R., dan Lutfie, H. (2017). Pengaruh Sikap, Keragaman Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro House Of Smith Bandung. *EProceedings of Applied Science*, 3(3).
- Marunduri, F. F., Ato'illah, M., Jariah, A., Widya, S., dan Lumajang, G. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Kabupaten Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 1(4), 29–33.

- <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm%7C29>
- McCarthy, J. (1964). The Concept of the Marketing Mix. *Journal of Advertising Research*, 2–7.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran* (5th ed.). Ghalia Indonesia.
- Narimawati, U. (2010). *Penulisan Karya Ilmiah*. Genesis.
- Nur, W. (2018). Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Ekspres Cabang Alauddin Makassar [UIN Alauddin Makassar]. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Nuryadi, N., Astuti, T. D., Sri Utami, E., dan Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (1st ed.). Sibuku Media.
- Ogi, Y., Supandi, A., dan Rotinsulu, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk Dan Citra Terhadap Keputusan Pembelian Di Matahari Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3953–3962.
- Putri, T. C., dan Gunawan, G. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 1(2), 56–65. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v19i1.2937>
- Rakhmawati, R. K., dan Trenggana, A. F. M. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Product Assortment dan Harga Terhadap Minat Beli pada Transmart Carrefour Buah Batu Bandung. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i2.1000>
- Rohman, A. K. F., dan Marlina, N. (2021). pemasaran strategi. In *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* (Vol. 9, Issue 2).
- Rohmatillah, W. I. (2020). *Analisis Perbandingan Tas Carrier Produk Eiger dan Consina Pada Kelompok Pendaki Bondowoso*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Sandra, B. D., dan Rachman, M. M. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab di Galeri Elzatta Cabang Gayungsari Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(2), 82–86.
- Sari, D. P., dan Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger. *Jurnal Penelitian Ekonomi*

Dan Bisnis, 3(2), 73–83.

- Sedarmayangti, dan Hidayat, S. (2011). *Metodologi Penelitian*. Mandar Maju. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. In *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.
- Supomo, dan Nurhayati, E. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yrama Widya.
- Thompson, A. A. (2016). *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage*. McGraw-Hill Education. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2009.02.003>
- Tjiptono, F.(2005). *Brand Management & Strategy*. Penerbit ANDI. https://www.researchgate.net/publication/316890288_Brand_Management_Strategy
- Tjiptono, F. (2011). *Brand registration and usage in selected FMCG markets in Indonesia 1914 to 2007: a study of brands and branding in a transitional economy*. UNSW Sydney.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Abdi Offset.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2016). *Pemasaran Strategi*. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). Andi.
- Utami, C. W. (2014). *Manajemen Ritel*. Salemba Empat.
- Wafi, Ab. (2022). *7 Merk Perlengkapan Outdoor Lokal Terbaik dan Populer di Indonesia*. Koran. <https://www.koran.id/merk-perengkapan-outdoor-lokal-terbaik/>
- Wahyuni, I., dan Ernawati, S. (2020). Analisis Pengaruh Product Assortment dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Pada UMKM Di Kota Bima. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(1), 49–53. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i1.7815>
- Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Graha Ilmu.
- Yang, H., Chang, E. C., Chou, T. J., dan Tang, X. (2015). The over-categorization effect: How the number of categorizations influences shoppers' perceptions of variety and satisfaction. *Journal of Business Research*, 68(3), 631–638. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.08.008>
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.