

DAFTAR PUSTAKA

- A. N. Simamora, & M. Fatira. (2019). Keragaman Produk dalam membentuk Proses Keputusan Pembelian Generasi Milenial berbelanja secara online. *Jurnal Maneksi*, Vol. 8, No. 2. DOI: <https://doi.org/10.31959/jm.v8i2.395>.
- A. Basit, A.L. Wai Yee, S. Sethumadhavan, & I.D. Rajamanoharan. (2021). *The influence of Brand Image on Consumer Buying Decision Process in the Fashion Apparel Brands in Malaysia. International Journal of Contemporary Architecture "The New ARCH"*, Vol. 8, No. 2.
- A.G. Rizki, K. Hidayat, & Lusy Deasyana. (2019). Pengaruh Citra Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Shopee Indonesia (Survei pada mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015-2017 yang membeli barang secara *online* di *e-commerce*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 72, No. 2.
- Amanah D., & Harahap D.A. (2018). *Examining the effect of product assortment toward online purchase decision process of university student in Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 20, No. 2. DOI: <https://doi.org/10.9744/jmk.20.2.99-104>.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Laporan Survei Internet APJII 2019 - 2020 [Q2]. <https://apjii.or.id/survei>. Diakses pada tanggal 17 Desember 2020 Pukul 18.26 WIB.
- B.C.Adyanto, & S.B.Santosa. (2019). Pengaruh *Brand Image* terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Layanan *E-Commerce* Berrybenka.com). *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 7, No. 1. pp. 10-29.
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BEKRAF). Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2019. https://www.kememparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1598879701_BUKU_BEKRAF_28-8-2020.pdf. Diakses pada tanggal 06 Agustus 2021 Pukul 09.08 WIB.
- Bambang T., Firdiyansyah I. (2021). Pengaruh Citra Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu online di Toko L-in Shop Batam. *Rekaman : Riset Ekonomi Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, Vol. 5, No. 1. pp. 86-94.
- Bidara Pink. 2021. Revisi ke atas, BI yakin transaksi *e-commerce* bakal tumbuh 39,1% pada 2021. <https://nasional.kontan.co.id/news/revisi-ke-atas-bi-yakin-transaksi-e-commerce-bakal-tumbuh-391-pada-2021>. Diakses pada tanggal 28 Juli 2021 Pukul 09.21 WIB.

- Buchari Alma. 2020. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P.. 2018. *Retail Management : A Strategic Approach*. Harlow : Pearson.
- Bright, D. S., Cortes, A. H., Hartmann, E., Parboteeah, P., Pierce, J. L., Reece, M., Shah, A., ... 2019. *Principles of Management*. Texas : Openstax
- Boyd, D. E., & Bahn, K. D. 2019. *The Effect of Product Assortment on Purchase Decisions Process*. *Journal of Retailing*, Vol.85 No. 3.
- C. Nisak, & N. Lubis. (2019). Pengaruh Keragaman Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian *Online* pada Toko Tas *Online Sabilla Store*. *Jurnal Ilmu Administrasi*, Vol. 5, No. 3. pp. 309-320.
- Christina Whidya Utami, 2016. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta:Salemba empat
- Fadel Indreatul, & Imanuddin. (2019). Pengaruh Citra Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk *House of Smith* Bandung. *e-Proceeding of Management*, Vol.6, No.3.
- Farisa H.N., & S. Wahyuningsih (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian *Fashion 3second* Di *marketplace* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *3second* Di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, Vol. 3, No. 1.
- Freddy Rangkuti. 2017. *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, R. W. 2016. *Fundamentals of Management*. Australia : Cengage Learning.
- Gowerek, H. & McGoldrick, P. J.. 2016. *Retail Marketing Management : Principles and Practice*. Harlow : Pearson.
- Malayu S.P. Hasibuan. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Bumi Aksara. Jakarta
- Humas Bandung. Bandung Kembali Dinobatkan sebagai Kota Pariwisata Terbaik. <https://humas.bandung.go.id/berita/bandung-kembali-dinobatkan-sebagai-kota-pariwisata>. Diakses pada tanggal 06 Agustus 2021 Pukul 09.12 WIB.
- Iprice. 2021. Peta *E-Commerce* Indonesia. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>. Diakses pada tanggal 30 Agustus 2021 Pukul 11.23 WIB.

- Iis Miati. 2020. Pengaruh Citra Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, Vol. 1, No. 2, pp.71-83.
- Juanim. 2018. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Bandung : Universitas Pasundan.
- Kotler, Philip & Amstrong, G. 2018. *Principles of Marketing Management, 17th Edition*. United States : Pearson.
- Kotler, Philip & Keller, K., L. 2016. *Marketing Management, 15th Edition., Global Edition*. Essex : Pearson Education.
- Kotler, Philip & Keller, K., L. 2014. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Levy, M., Weitz, B. A., & Grewal, D.. 2019. *Retailing Management, 10th Edition*. United States : McGraw-Hill Education.
- Lokadata. 2021. Transaksi *E-commerce, 2017-2021*. <https://lokadata.id/data/transaksi-e-commerce-2017-2021-1617945737>. Diakses pada tanggal 28 Juli 2021 Pukul 09.20 WIB.
- Maulana Adieb. 2021. Mengenal Model Bisnis C2C, Bisnis yang Untungkan Sesama Customer. <https://glints.com/id/lowongan/c2c-adalah/#.YSxZ244zY2w>. Diakses pada tanggal 30 Agustus 2021 Pukul 11.17 WIB.
- M. Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media.
- Marsella D.D., Taufik M., & Hartono. (2020). Pengaruh Keragaman Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, Vol. 2, No. 4.
- M. Yudis, & Fathor AS. (2021). Keragaman Produk dan Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada UKM Batik Surya 26 Kabupaten Tuban). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 1. DOI: <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i1.10608>.
- National Geographic. 2015. Bandung Masuk dalam Jaringan Kota Kreatif UNESCO. <https://nationalgeographic.grid.id/read/13302765/bandung-masuk-dalam-jaringan-kota-kreatif-unesco>. Diakses pada tanggal 21 Agustus 2021 Pukul 20.04 WIB.

- Nofayana H. 2018. Pengaruh Citra Merek dan Keragaman Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Distro Flatten Supreme (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung). Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan: Bandung.
- Rachma A. K., B. Utami & M. S. Hidayat. (2020). Pengaruh *Brand Image* dan *Product Diversity* terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Jilbab Umama di Kecamatan Jetis. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit: Mojokerto.
- Rahmatullah, Hasmiati, Thaief I., Hasan M.... Dinar M.. 2020. *The Effect of Brand Image on Product Purchase Decisions Process at the Sewing House Akkhwat Makassar*. Pinisi Business Administration Review, Vol. 2, No. 2.
- Rahma D.L.D., & Afrianty S. (2018). *The influence brand image on purchase decision process: a survey on female consumer at house Ria Miranda*. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, Vol. 5, No. 77. DOI : <https://doi.org/10.18551/rjoas.2018-05.07>.
- Randi Eka. 2018. Lanskap E-commerce di Indonesia dari Perspektif Konsumen. <https://dailysocial.id/post/e-commerce-di-indonesia-2018>. Diakses pada tanggal 30 Agustus 2021 Pukul 13.11 WIB.
- Robbins, S. P., Judge, T. A.. 2017. *Organizational Behavior, 17th edition, Global Edition*. Essex: Pearson.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. K.. 2021. *Management. 15th edition, Global Edition*. Essex : Pearson.
- Rosdiana E., Suharno H., & Kulsum U. 2018. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Proses Keputusan pembelian pada toko *online* Shopee. ejournal.unis.ac.id, Vol. 24, No. 2. DOI : <https://doi.org/10.33592/jeb.v24i2.520>.
- R. Supomo. 2018. Pengantar Manajemen. Bandung : Penerbit Yrama Widya.
- Sarinah & Mardalena. 2017. Pengantar Manajemen. Yogyakarta : CV. Budi Utama.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2018. Perilaku Konsumen, Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli. Jakarta : Indeks.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J.. 2019. *Consumer Behavior, 20th Edition, Global Edition*. United Kingdom : Pearson.

- Shannon Donnelly, Liz Gee, E.S. Silva. 2020. *The influence of Product Assortment on Purchase Decisions Process. Journal of Retailing and Consumer Services*, 54.
- Solomon, M. R.. 2020. *Consumer Behavior : Buying, Having, and Being*. 13th Edition. Essex : Pearson.
- Septyaningsih. 2021. Shopee Tutup Akses Masuk Bagi 13 Produk dari Luar Negeri. <https://www.republika.co.id/berita/qtalet383/shopee-tutup-akses-masuk-bagi-13-produk-dari-luar-negeri>. Diakses pada tanggal 30 Agustus 2021 Pukul 12.53 WIB.
- Simon Kemp. 2021. DIGITAL 2021: INDONESIA. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>. Diakses pada tanggal 28 Juli 2021 Pukul 09.17 WIB.
- Sugiyono. 2017. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Susanti. Statistisi BPS Kota Bandung. 2020. Sensus Penduduk 2020, Sensus Era Digital. <https://bandungkota.bps.go.id/news/2020/01/07/15/sensus-penduduk-2020--sensus-era-digital---.html>. Diakses pada tanggal 06 Agustus 2021 Pukul 10.34 WIB.
- Terry, G. R. 2016. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi Ke-4. Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Wulandari, D. A., Oktafani, F., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. 2019, Pengaruh Brand Image terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol. 11, No. 1, pp. 47-58.
- Zeithaml, V. A, Bitner, M. J. & Gremler, D. D.. 2018. *Service Marketing - Intergrating Customer Focus Across The Firm*, 7th Edition. *Education International Edition*. New York : McGraw-Hill.
- Zeynita Gibbons. 2015. UNESCO Umumkan Bandung Masuk dalam Jaringan Kota Kreatif. <https://kwriu.kemdikbud.go.id/berita/unesco-umumkan-bandung-masuk-dalam-jaringan-kota-kreatif/>. Diakses pada tanggal 21 Agustus 2021 Pukul 20.03 WIB.