

DAFTAR PUSTAKA

- A, M. S., & Daniaty, F. (2017). *Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Hypermart Puri Indah di Jakarta Barat*. XXII(01), 124–131.
- Alma, D. H. B. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (7th ed.).
- Alodokter. (2021). *Kesehatan*. <https://www.alodokter.com/sering-menatap-layar-gadget-perlukah-menggunakan--kacamata-penghalau-sinar-biru>
- Anam, M. K., & Pristiana, U. (2020). *Pengaruh persepsi harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen konveksi mahkota galeri sidoarjo*.
- Farmalkes, S. (2015). *Pameran Gabungan Pengusaha Optik Indonesia (Gapopin)*. <https://farmalkes.kemkes.go.id/2015/09/pameran-gabungan-pengusaha-optik-indonesia-gapopin-ke-14/>
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). *Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian*. 1, 1–20.
- Fuady, F. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Utama Komputer Kebumen*.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 20*. Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (1999). *Marketing* (D. H. P. M.A (ed.); 1st ed.). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. 12(Erlangga).
- Kusdyah, I. (2012). *Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya)*. 7(1), 25–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.4.25-32>
- Namora, I., & Siregar, P. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian lensa kacamata merek Domas pada PT. Dutamulti Intioptic Pratama Medan*. 13(1), 65–76.
- Nisak, C. (2015). *Pengaruh harga, keragaman model produk, kualitas informasi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian*.
- Nugroho, S. (2003). *Perilaku Konsumen* (1st ed., Vol. 3). Kencana.

- Purbarani, V. H., & Santoso, S. B. (2013). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian*. 2, 1–9.
- Safitri, L. N., Triwardhani, D., & Sembiring, R. (2021). *Keputusan pembelian yamaha vixion (studi kasus pada jakarta timur dan jakarta selatan)*. 2.
- Sari, N., & Setiyowati, S. (2017). *Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PB Swalayan Metro*. 03(02), 186–199.
- Sfenrianto, S., Wang, G., & Sawlani, D. K. (2018). *The Use Of Quality, Security and trust factors To Improve The Online Purchase Decision*. March.
- Sudjana. (2015). *Metode Statistika*. Tarsito.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (19th ed.). ALFABETA, CV.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (M. P. Setyawamami, S.H. (ed.); 2nd ed.). ALFABETA, CV.
- Tawas, G. M. W. L. M. H. (2015). *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado*. 3(2), 1073–1085.
- Tini, SUTOMO, M., & SANTI, I. N. (2019). *Pengaruh Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian kacamata pada Agung Optik di kota Palu*. 5(2), 183–195.
- Tobing, F. M., & Sihombing, D. (2016). *Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Carrefour Citra Garden Medan)*. 149–156.