

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Teguh Fauzi. (n.d.). *ANALISIS STRATEGI PROMOSI PADA PERUSAHAAN INDUSTRI KAROSERI BAK TRUK PT. GUNUNGMAS ANDIKARYA KABUPATEN MALANG*.
- Alyssa Milano, Agus Sutardjo, R. H. (2021). PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU BATIK DI TOKO “ FLORENSIA ” KOTA SAWAHLUNTO INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY , PRICE AND PROMOTION ON DECISION MAKING OF BATIK CLOTHES IN " FLORENSIA " STORES , SAWAHLUNTO CITY Alyssa Milano ; Agus Sutardjo ; Rizka Hadya F. *Jurnal Matua*, 3(1), 13–24.
- Angelina, G., Massie, J. D. ., & Gunawan, E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Era Pandemi (Studi Pada Konsumen The Body Shop Kota Manado). *Jurnal EMBA*, 10(1), 208–219. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.37720>
- Anna Fitria, & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(4), 1–17.
- Arti, R. B., Budiantono, B., & Hastuti, T. (2021). Pengaruh bauran pemasaran dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kober mie setan soekarno hatta di malang. ... *on Economics and ...*, *Wnceb*, 117–128. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB/article/view/3147%0Ahttp://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB/article/download/3147/1649>
- Aryanto, U. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Budiwati, H. (2012). Implementasi Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Di Kabupaten Lumajang. *jurnal WIGA*, 2(2), 29–44.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Dharasta, Y. S. M. A. (2017). Pengaruh penetapan harga dan promosi terhadap tingkat penjualan tiket (studi kasus pada jasa travel agent di wilayah Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 10(2), 48–57.
- Diputra, G. I. S., & Yoga, G. A. D. M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Indomarco

- Pratama Denpasar Bali. *Widya Manajemen*, 2(2), 69–80.
<https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v2i2.908>
- Enos Korowa, Sontje Sumayku, S. A. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3).
- Faisal Hardiansyah, Mahmud Nuhung, I. R. (2019). PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN SINGAPORE DI KOTA MAKASSAR. *Jurnal Profitability fakultas Ekonomi dan bisnis*, 3(1), 90–107.
- Fajar Tri Hermawan. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.
- Fauji, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anugerah Al-Baghdadi Mebel Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 4(1), 125–146.
<https://doi.org/10.36805/manajemen.v4i1.376>
- Firdaus aljihadi, andala rama putra b, v. . . saptarini. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada PT. Astra Internasional Daihatsu Lampung. *Jurnal visionist*, 6 no 2(September).
- Husna, H. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Semoga Sukses Cell Pekanbaru). *Jom Fisip*, 6, 1–17.
- Ihsan, M. A. Al, Effendi, M., & Handayani, Y. (2020). Pengaruh Marketing Mix Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Ria Rantauprapat. *Warta Dharmawangsa*, 14(3), 459–467.
<https://doi.org/10.46576/wdw.v14i3.828>
- Jacklin, M. P. R., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1), 431–440.
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Khairat, M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rest Area Sasayya Kabupaten Bantaeng. *Fakultas Ekonomi, Univesitas Negeri Makassar*. <http://eprints.unm.ac.id/18660/>
- Kurniati, K. (2019). Pengaruh Parsial dan Simultan Variabel Bebas terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Kota Palembang. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 6(5), 549.

<https://doi.org/10.25126/jtiik.2019651175>

- M Anang Firmansyah dan Asyidatur Rosmaniar. (2015). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda di Kota Surabaya*. XII(2), 28–34.
- Muhamad Choirul Muhan. (2021). *PENGARUH MARKETING MIX (4P) DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. ADAM TANI*. September, 30–37.
- Mundir, A., & Rahayu, A. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran 4P (Produk, Price, Place, Promotion) Dan Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Di Toko Yunika Jabon Sidoarjo. *Jurnal Mu'allim*, 4(1), 34–52. <https://doi.org/10.35891/muallim.v4i1.2949>
- Novi, & Setyawan, O. (2019). Pengaruh Marketing Mix Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toserba Young 88 Pekanbaru. *Kurs : Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 4(1), 130–142. <https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/article/view/459%0Ahttps://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/article/download/459/390>
- Nurhayani. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan Perumahan Metro Cilegon / Pt. Perdana Gapura Prima. *Jurnal Sains Manajemen*, 3(1), 95–112.
- Nurlia, L. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. *Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.52005/jursistekni.v3i1.75>
- Rahmawati, I., & Illiyin, R. (2021). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian HP Oppo. In *Jurnal Ilmiah Hospitality* (Vol. 10, Nomor 1). <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Robby Fauji, & Syifa Pramudita Faddila. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 5(2), 35–56. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v5i2.1029>
- Rosita, I. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Sonder 543. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (ALMANA)*, 5(1), 13. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.11055>
- Soewanto, A. A., & Fransisca Andreani. (2019). Pengaruh Marketing Mix terhadap keputusan pembelian konsumen di warung gudeg bu yul surabaya. *Agora*, 7(2), 1–6. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/balance/article/view/1647>
- Sugiono, Izzaty, R. E., Astuti, B., & Cholimah, N. (2015). BAB III METODOLOGI PENELITIAN. *Analisa Kolerasi*, 6(11), 951–952., 5–24.

- Sumitro, Y., Helmy, B. J., & Soekotjo, W. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Kondominium Di Kawasan Kota Surabaya. *Majalah Ekonomi*, 24(1), 35–48. http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah_ekonomi/article/view/1901
- Tuti alawiyah, H. R. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Mitra Sumber Utama Bekasi Tuti. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1 no 6(3), 412–423.
- Wagiu, P. C., Kalangi, J. A. F., & Mukuan, D. D. S. (2022). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Emas pada PT. Pegadaian (Persero) CP Manado Selatan. *Productivity*, 3(3), 228–233.
- Wardiman, I. G. (2022). PENGARUH MARKETING MIX (4P) TERHADAP KEPUTUSAN Keywords : Alfamart , marketing mix , purchasing decisions. *Junal Value*, x, 1–15.
- Web Online news. (2023). *Marketing Strategy Mixue*. news. [https://www.google.com/search?q=Menurut+Prof.+Dr.+Sri+Hartini+\(2022\)&rlz=1C1YTUH_idID1022ID1023&oq=Menurut+Prof.+Dr.+Sri+Hartini+\(2022\)&aqs=chrome..69i57.738j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=Menurut+Prof.+Dr.+Sri+Hartini+(2022)&rlz=1C1YTUH_idID1022ID1023&oq=Menurut+Prof.+Dr.+Sri+Hartini+(2022)&aqs=chrome..69i57.738j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
- Yolanda dan Darmanitya Harseno Wijanarko. (n.d.). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MEREK AQUA SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP CITRA MEREK DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BOROBUDUR. *JURNAL MANAJEMEN FE-UB*, 88–108.
- Yulizar, & Megawati. (2018). Analisis Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance Dan Empathy Terhadap Loyalitas Pelanggan Jne Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Mdp). *Stie Mdp*, 1–9. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=kLoRtwYAAAAJ&citation_for_view=kLoRtwYAAAAJ:RHpTSmoSYBkC