

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, A., Deffa Ray, M., & Mahvi, M. R. (2025). Aspek Pemasaran. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2427–2437. <https://doi.org/10.62710/mc4xer21>
- Agus Susanti. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Murti Jepara. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 9(2), 437–451. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v9i2.1556>
- Aliya, P., Nurbaeti, S., Firdaus, A., Suparman, F., & Pd, M. (2025). 3 1,2,3. 11(April), 156–165.
- Alvina Ayu Septianingrum, & Ida Martini. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kenyamanan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Soto Mas Boed Semarang. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(6), 272–288. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i6.409>
- Ardista. (2021). Uji Reliabilitas Cronbach Alpha. In *Ardista* (Vol. 9). <file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/160-Article Text-452-1-10-20210727.pdf>
- Azwar Tryadi dan Muhajirin. (2021). Pengaruh Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Surf Café Kota Bima). *JOURNAL SCIENTIFIC OF MANDALIKA (JSM) e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543*, 2(7), 291–298. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol2iss7pp291-298>
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan Pendidikan Bahasa Arab / Universitas Islam Negeri ImaHaifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data. : : *Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2), 256–270.
- Ikhsan, Ernawati, S., & Hamidah, N. K. (2024). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Black Cafe. *Jurnal Sains Student Research*, 2(4), 1182–1191.

<https://doi.org/10.61722/jssr.v2i4.2243>

- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 9–13. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v6i1.11126>
- Mauludin, M. S., Dewa Saputra, A., Zulfika Sari, A., Munawaroh, I., & Pramesti Regita, E. (2022). Analysis of Consumer Behavior in Transactions in E-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Melindawaty, M., & Istikomah, K. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Kosmetik Emina di Jakarta Selatan). *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (JEBISMA)*, 2(1). <https://doi.org/10.70197/jebisma.v2i1.38>
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Campuran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses, Bukti Fisik). *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119–127.
- Nurul, L., Setyaningsih, E., & Utami, B. (2024). PEMBELIAN DI CAFE MARKAS RANJAU (STUDI KASUS KONSUMEN CAFE MARKAS RANJAU MOJOSARI). 2(4), 8–15.
- Perwira, D. K., Utara, B., Diaz Saputri, S., & Priyono, B. (2024). Implementasi Bauran Pemasaran 7p pada Warung Kelontong Madura. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1), 43–50.
- Pratama, A. B. (2021). Volume 13 Issue 4 (2021) Pages 630-637 JURNAL MANAJEMEN ISSN : 0285-6911 (Print) 2528-1518 (Online) Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. 13(4), 630–637. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v13i4.9890>
- Putra, R. D., Murtadho, M. A., Isnaini, M., & Afgani, M. W. (2025). Design Penelitian

- Kuantitatif: Pengertian dan Macam-macam Jenisnya. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 191–199.
<https://doi.org/10.56832/edu.v5i3.1805>
- Risanti, A. M., & Sulaeman, E. (2023). Analisa Pengaruh Marketing Mix 7p Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dan Jasa (Studi Kasus Pada Bunda Collection Karawang). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3, 6987–7001.
 website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Romdona, J. (2021). Teknik Pengumpulan Data Kualitatif. *BUDIDAYA AYAM RAS PETELUR (Gallus Sp.)*, 21(58), 99–104.
<https://www.unhcr.org/publications/manuals/4d9352319/unhcr-protection-training-manual-european-border-entry-officials-2-legal.html?query=excom>
 1989
- Santoso, S. N., & Waluyo, M. (2024). The Effect of 7P Marketing Mix on Purchasing Decisions and Repurchases at Mixue Sidoarjo Consumers. *IJIEM - Indonesian Journal of Industrial Engineering and Management*, 5(1), 22.
<https://doi.org/10.22441/ijiem.v5i1.21681>
- Silviah, R. (2025). Strategi Manajemen Pemasaran: Peran Produk, Harga, dan Promosi dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 6(4), 1.
- Siswohadi, Pungky Sugiarto, Anwar, Veisha Zyeilena Putrie, Meitriana Bidadari, D. A. (2025). Peran Etika Dalam Mengatasi Konflik Kepentingan Di Dunia Bisnis. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 25(1), 1–9.
<https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Susilowati, T., & Melatisari, R. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada E-Commerce (Studi Pengguna E-Commerce di Kota Semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4765–4789. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Wicaksono, R. A. (2023). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Perumahan Pt Indolampung Perkasa*. 1–64.