

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S., & Novianti, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(1), 459–468.
- Andespa, R., Wisanggara, R., Rasyad, F. H. S., & Adif, R. M. (2016). *PENGARUH PEOPLE, PROCESS, DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH*.
- Anggraini, N. (2018). Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zahara Hijab Collection Warujayeng. *Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Un Pgri Kediri*, 1–108.
- Astuti, A., Pinasti, E., & Bramasto, A. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Pada Pt. Inti (Persero). *Jurnal Riset Akuntansi*, 11(1), 1–15. <https://doi.org/10.34010/jra.v11i1.1938>
- Candra, Y., Sari, D. P., & Ismail, W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Sale Pisang Purwobakti Muaro Bungo. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 122–138. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i2.53>
- Dewi, C. S. (2020). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Tradisional Madura*. 1(1), 39–49. <http://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience>
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). *Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar*. 6(1), 120–136. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Fachriza, F. I., & Moeliono, N. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 139–148. <https://doi.org/10.31311/JECO.V1I2.1332>
- Faizah, F., & Saputri, M. E. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Infinito Culinary Bandung. *Sosiohumanitas*, 20(1), 96–108. <https://doi.org/10.36555/sosiohumanitas.v20i1.51>
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.8>

- Febriana, M., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2016). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Kepada Konsumen Sepatu Merek Converse di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 32(2), 33–38.
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p17>
- Firmansyah, A. (2020). Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Kepuasan Konsumen Serta Niat Pembelian Ulang Pada Produk Gadai Emas Ib Barokah Di Bank Jatim Cabang Syariah Surabaya. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 182. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1086>
- Gama, A. W. S., Rustiarini, N. W., & Anggraini, N. P. N. (2016). *Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati)*. 11(1), 22–30.
- GISSELLA, M. V. E. (2016). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MINIMARKET KOPMA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA*. 31–48.
- Hanifaradiz, A., & Satrio, B. (2016). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MANDI LIFEBOUY DI SURABAYA Aliefia Hanifaradiz Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Ilmu Riset Dan Manajemen*, 5(6).
- Hardati, R. N. (2020). *STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI PADA CV. KAJEYE FOOD, BLIMBING - MALANG)*. 38–45.
- Hermawan, H. (2019). *Riset Hospitalitas Metode Kuantitatif untuk Riset Bidang Kepariwisata*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/fcnzh>
- Hidayati, N. (2021). *Peran Marketing Mix 3P (People, Process, Phisycal Evidence) dalam Keputusan Orangtua Memilih Man 2 Kuningan*. 6, 20–36.
- Ibrahim, W. P., Ekonomi, F., & Brawijaya, U. (2020). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TARGET KONSUMEN (Studi Kasus Pada Online Shop Parasite Cloth di kota Malang) ANALYSIS OF THE IMPACT OF MARKETING MIX ON PURCHASE DECISIONS ON TARGET CONSUMERS OF (A Case Study on Online Shop Parasite Cloth in Malang City)*. 1–17.
- Idayanti. (2021). *ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT*

SECARA ONLINE (STUDI KASUS RUTE PENERBANGAN PALEMBANG–CENGKARENG). 2, 1–14.

Liana, G., & Gunawan, C. (2020). *Bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian*. 5.

Liliyana. (2018). IMPLEMENTASI BAURAN PROMOSI PADA USAHA KULINER RESTORAN BUMBUN DESA CILEDUG DI MASA PANDEMI COVID-19. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Mahardhika, A. E. (2020). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN DOMESTIK KE PANTAI PARANGTRITIS*. 3(1), 30–38.

Marcelina, J., & B, B. T. (2016). *PENGARUH MARKETING MIX (7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIHAN PADA GUEST HOUSE DI SURABAYA*. 2015, 4.

Mardani, A. D. (2020). *PENGARUH LOKASI, HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN SUBSIDI KOTA PANGKALPINANG*. 6, 96–104.

Marpaung, fenny krisna. (2017). *PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMIE PADA PT. ALAMJAYA WIRASENTOSA KABANJAHE*. 7(1), 27–33.

Millatina, H., Lisdiana, N., & Purwanto, H. (2020). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP DAYA SAING INDUSTRI KERAJINAN TEMBAGA (Studi Kasus Pada Pengrajin Di Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali)*. 8(1), 46–57.

Mindari, E. (2021). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP DI HOTEL PELANGI SEKAYU*. 12, 13–26.

Nasikan, & Sasmito, B. A. (2016). Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Selular Merk Nokia. *Manajemen Dan Akuntansi*, 2(April), 85–100.

Ningsih, S. N. W., Milasari, A. O., & Saifuddin, M. (2021). Strategi Marketing Mix Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Jolly Coffee Surabaya). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(1), 20–34. <https://doi.org/10.15642/manova.v4i1.388>

- Noor, C. K. putri dan trisna insan. (2016). Faktor Promosi. *Analisis Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani*, 53(9), 1689–1699.
- Priyono. (2016). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (T. Chandra (ed.)).
- Putrananda, I. E. S. A. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Persepsi Kualitas, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(11), 1–19.
- Putri, A. W. (2018). Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo Skripsi. *Journal of Linguistics*, 3(2), 139–157. https://www.euskalit.net/archivos/201803/modelogestionavanzada_2018.pdf ?1%0Ahttps://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4786739%0Ahttps://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/human-capital/HCT-2018.pdf%0Ahttp://pepsic.bvsalud.org/pd
- Rachmawati, R. (2016). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Ricky Martjiono, Santoso, S. P., Aprilia, A., & Remiasa, M. (2014a). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kakkk , Ayam Geprek !!! *Journal of Marketing, Surabaya*, 484–494. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/4790>
- Ricky Martjiono, Santoso, S. P., Aprilia, A., & Remiasa, M. (2014b). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kakkk , Ayam Geprek !!! *Journal of Marketing, Surabaya*, 484–494.
- Risal, M. (2019). *PENGARUH STRATEGI PEMASARAN 7P TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA PT. TELKOM CABANG PALOPO (The Effect of Marketing Strategy 7P on Company Performance in PT. Telkom Branch Palopo)*. 3(1), 235–247.
- Rivaldo, Y., & Yusman, E. (2021). *PENGARUH PHYSICAL EVIDENCE , PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SANFORD PADA*. 1(1), 10–18.
- Sakinah, S. (2016). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips. In *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* (Vol. 1, Issue 4).
- Sara, F. M., Sara, F. M., Ningsih, C., Andari, R., Katering, M. I., Pendidikan, F.,

- & Pengetahuan, I. (2017). Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Café Infinito Culinary Bandung. *Gastronomy Tourism Journal*, 3(2), 6–18.
- Shaleha, J. dan W. M. (2021). PENGARUH FITUR PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR AS PADA MAHASISWA DAN DAN MAHASISWI DI KOTA KENDARI. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Shelviana, M. (2019). PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Mira. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*, 70(8), 827–838.
- Sinuraya, A. Y. B. (2021). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN NIU GREEN TEA TERHADAP*. 1, 597–612.
- Sjawal, B. P., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2020). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH KAFE (STUDI KASUS PADA KONSUMEN BLEN.CO CAFÉ MANADO)*. 8(3), 379–388.
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Sudarto, A., & Rumita, R. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Pos Indonesia Kpc Surabaya Selatan). *None*, 4.
- Sutio, M. (2016). *PENGARUH TINGKATAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Alfamart Kota Jambi)*. 102–108.
- Suyanto, T. M. (2019). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE THE*. 6(2), 113–116.
- Tampubolon, V. (2018). PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN DALAM MEMILIH JASA RUMAH KOS PADAMAHASISWA UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. *Analisis Kesadahan Total Dan Alkalinitas Pada Air Bersih Sumur Bor Dengan Metode Titrimetri Di PT Sucofindo Daerah Provinsi Sumatera Utara*, 44–48.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal*

Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis, 2(1), 136–146.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>

Vildayanti, R. A. (2020). Analisis Strategi Marketing Mix (4p) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Periklanan Bigevo Di Jakarta Selatan Tahun 2019. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 3(2), 248–272.

Wahyuni, D. S. (2020). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI LUWAK MATARAM. *SELL Journal*, 5(1), 55.

Wangarry, C. L., Tumbel, A., Karuntu, M. M., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
<https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20935>

Warasto, H. N. (2018). ANALISA PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *JURNAL SeMaRaK*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.32493/smk.v1i1.1243.y2018>

Widada, H. S. W. (2017). Pengaruh Product, Price, Place, Promotion, Dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian. *Upajiwa Dewantara*, 1(1), 25–34. <https://doi.org/10.26460/mmud.v1i1.939>

Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 61–80.

Zeithmal, V. (2017). *Bab II Kajian Pustaka , Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis*. 16–45.

https://www.euskalit.net/archivos/201803/modelogestionavanzada_2018.pdf?1%0Ahttps://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4786739%0Ahttps://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/human-capital/HCT-2018.pdf%0Ahttp://pepsic.bvsalud.org/pd