

## 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.
- Andriyanto, L., Syamsidar, S., & Widowati, I. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum The Effect Analysis Of Marketing Mix (7p) On Purchase Decision In Thiwul Ayu Mbok Sum. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20 Nomor 1(1), 26–38.
- Arief, S. (2017). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PERAWATAN KULIT PADA KLINIK KECANTIKAN DRM SKIN CLINIC DI MAKASSAR. *Jurnal Ad'ministrare*, 3(2), 113. <https://doi.org/10.26858/ja.v3i2.2572>
- Artawan, I. P. P. (2019). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOUR PACKAGE PT SMAILING TOUR DI BALI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali – Indonesia PENDAHULUAN Perkembangan pariwisata di Indonesia yang sangat pesat disebabkan oleh meningkatnya*. 11, 1249–1274.
- 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 (Umkm) Sale Pisang Purwobakti Muaro Bungo. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 122–138. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i2.53>
- 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>
- 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 SI 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>
- Hanifaradiz, A., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy Di Surabaya. *Ilmu Riset Dan Manajemen ISSN : 2461-0593*, 5(6), 1–17.

- Hermawan, H. (2019). *Riset Hospitalitas Metode Kuantitatif untuk Riset Bidang Kepariwisata*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/fcnzh>
- Indriyati, I. N., Daryanto, A., & Oktaviani, R. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Persepsi Konsumen PT Home Credit Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 261–270. <https://doi.org/10.17358/jabm.4.2.261>
- Johar, M. R. A. (2018). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian pada Aldila Resto di Semarang*. 1–13.
- Jurnal Entrepreneur. (n.d.). *No Title*. <https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-jenis-dan-perkembangan-umkm-di-indonesia/>
- Kasanti, N., Wijaya, A., Ekonomi, F., & Indonesia, U. P. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia*. 04(January), 43–51.
- Marcelina, J., & B, B. T. (2016). *PENGARUH MARKETING MIX (7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIHAN PADA GUEST HOUSE DI SURABAYA*. 2015.
- Muliyana, T., & Suyanto, A. (2019). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE*. 7(1), 72–77.
- Patras, Y. E., Hidayat, R., Lian, B., Fitria, H., & Apriana, D. (2019). (*Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan*) P-ISSN: 2548-7094 E-ISSN 2614-8021. 4(1).
- Priyono. (2016). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (T. Chandra (ed.)).

- Purwanto, A. (2020). *Potret dan Tantangan UMKM di Indonesia*.  
<https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/potret-dan-tantangan-umkm-di-indonesia>
- Ricky Martjiono, Santoso, S. P., Aprilia, A., & Remiasa, M. (2014). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran ( 7P ) Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kakkk , Ayam Geprek !!! *Journal of Marketing, Surabaya*, 484–494.
- Sudarto, A., & Rumita, R. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Pos Indonesia Kpc Surabaya Selatan). *None*, 4.
- Sudrajad, G., & Sutanto, J. . (2020). The Influence of the Application of Marketing Mix on the Purchase Decision of Prospective Consumers of Grand Cempaka Housing. *KnE Social Sciences*, 2020, 140–151.  
<https://doi.org/10.18502/kss.v4i3.6391>
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Susilana, R. (2015). Modul Landasan Teori dan Hipotesis. *Rudi*.
- Syamsuddin. (2017). *PENERAPAN FUNGSI-FUNGSI MANAJEMEN DALAM MENINGKATKAN MUTU PENDIDIKAN*. I(1), 3–4.
- Taiwo, J., Ucheaga, E., Achugamonu, B., Adetiloye, K., Okoye, L., & Agwu, M. (2017). Credit Risk Management: Implications on Bank Performance and Lending Growth. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(5B),

584–590. <https://doi.org/10.21276/sjbms>

- 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/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>
- 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. (2018). *ANALISA PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur)*. 1(1), 1–12.
- 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>
- Widyastuti, A. N., Pujiharto, P., Tubastuvi, N., & Santoso, S. B. (2020). The Effect of Marketing Mix on Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2). <https://doi.org/10.18196/mb.11295>
- Yanuar M, M.; dkk. (2017). *Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan optik marlin cabang jember*. 3(1), 61–80.

Yulianingsih, A., & Suryawardani, B. (2018). *PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( STUDI KASUS PADA NEXA HOTEL BANDUNG TAHUN 2018 ) THE INFLUENCE OF EXPERIENTAL MARKETING AND BRAND AWARENESS ON PURCHASE DECISION ( CASE STUDY AT NEXA HOTEL BANDUNG IN 2018 ).* 4(2), 370–377.