

## DAFTAR PUSTAKA

- Anshar, N. A. Al. (2018). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Pembelian dan Keputusan Pembelian Reksadana Syariah* (Nomor 1). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Asma, Wijayanti, S., Irma Novrianti, & Suwanty, D. E. (2023). Pengaruh Pandemi COVID-19 terhadap Penjualan Suplemen Kesehatan di Apotek “X” Kota Tarakan. *Science Technology and Health Journal Artikel*, 3(1), 34–40.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT Radja Grafindo Persada.
- Azizah, N. A. (2015). *Pengaruh Marketing Mix dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Investasi Reksadana Syariah ( Studi Pada UIN Jakarta dan TAZKIA Bogor )*.  
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/30736/1/NUR AISYAH AZIZAH - FSH.pdf>
- Diaz, J. C., & Sembiring, C. F. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Fundamental Management Journal*, 6(2), 66–98.
- Edy Marsudi, I., Seprianti Eka Putri, Ms., Chairul Pua Tingga, Ms., Sri Anugrah Natalina, M., Hardi Fardiansyah, M., Marsam, Me., Cut Faradilla, M., Hesti Maheswari Solehatin Ika Putri, Ms., Diqbal Satyanegara, M., Acai Sudirman, Ms., Nanda Dwi Rizkia, M., & Sri Ayu Rayhaniah, M. (2022). *Manajemen Pemasaran*. 1–233. [www.penerbit.medsan.co.id](http://www.penerbit.medsan.co.id)
- Handayani, R. (2020). *Metode Penelitian Sosial* (Cetakan I). Trussmedia Grafika.
- Hatmawan, A. A., & Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV Budi Utama.
- InvestasiKu. (2023). *Home Page*. <https://www.investasiku.id/>
- Kasmir. (2014). *Kewirausahaan*. PT Radja Grafindo Persada.
- Katadata. (2022). *Survei KIC: Ajaib Jadi Platform Investasi Saham Favorit di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/11/survei-kic-ajaib-jadi-platform-investasi-saham-favorit-di-indonesia>
- Manap, A. (2018). *Manajemen Kewirausahaan*. Mitra Wacana Media.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Sukarno Pressindo.
- Santoso, E., & Rini, R. I. (2020). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Masyarakat Membeli Sukuk. *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 86.  
<https://doi.org/10.31602/iqt.v6i2.3244>
- Siahaan, I. O., Sembiring, C. F., & Hutajulu, F. M. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Pada SLD Husnul Barokah. *Fundamental Management Journal*, 7(1), 102–122.

<http://ejournal.uki.ac.id/index.php/jm/article/view/3886>  
<http://ejournal.uki.ac.id/index.php/jm/article/view/3886/2219>

Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Suhartini, Haeril, Afiati, L., Awaluddin, Iradat, M. I., Mustafa, Latief, F., Mubyl, M., Kurnia, F., & Lazuardi, B. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Lajagoe Pustaka.

Swastha, B. (2020). *Manajemen Penjualan (Ketiga)*. BPFE.

Tambunan, J., & Sembiring, C. F. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Fin-Tech Go-Pay Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Universitas Kristen Indonesia. *Fundamental Management Journal*, 4(1), 62–81.

Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi Kedu).

