

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2019). Peengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Enterpreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi* , 2(2), 309-325.
- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Amanda, M. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Anjani, H.D., Irham, & Wauyati, L. R. (2018). Relationship Of 7P Marketing Mix and Consumers Loyalty in Traditional Markets. *Agro Ekonomi*, 267.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Cannon. (2008). *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi, D. M., & Wahdi, A. (2020). *Bisnis dan Perencanaan Bisnis Baru*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Dinianty, D., & Agusrinal. (2014). Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Panda Sains. *Teknologi dan Industry*, 175-184.
- Fade Retzen Lupi, N. N. (2016). Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia.com. 2(1).
- Febrianti, D. A. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Shopee Pada Kalangan Masyarakat Lumajang*.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, i. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handari, R. P., & Fundianto. (2019). *Prospective Succesful Enterprenurs*. Jakarta: One Peach Media.
- Kartajaya, H. (2005). *Mark Plus on Strategy*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, & Gary Amstrong . (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.Inc.
- Mardianti, E. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.com.

- Maresta, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Futsal Di Toko Kalimasada Sport* . Jakarta.
- Nofri, o., Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar . *Jurnal Manajemen*, 5(1).
- Nurhabibah, A. (2016). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pusat Oleh-Oleh Getuk Goreng Khas Sukaraja Banyumas Jalan raya Buntu-Sampan*. Yogyakarta.
- Nurhayati, & Sunaryo, D. (2019). *Strategi Pemasaran Kontemporer* . Qiara Media Partner.
- Octaviani, I. (2016). *Tinjauan Bauran Promosi PT. Dirgantara Indonesia*.
- Penalosa, K. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada KL Express Cafe Tidar. *Journal of Chemica Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Pertiwi, M., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan pembelian (Survei Pada Konsumen Baker's King Donuts & Coffe DI MX Mall Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 188-195. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/1447/1826>
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektifitas Bauran Pemasaran Pada Kebutuhan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 1-17.
- Raharja, T. W., & Rinawati, H.S. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Surabaya: Jakad Publishing.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Kreatif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D., & Ario, F. (2018). *Consumen Behaviour*. Medan: AQLI.
- Setiyani, E. (2015). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Alat Tulis Hadi Sutrisno Putra 2 Limpung* .
- Shalma, F. S. (2020). *pengaruh Bauran Pemasaran, Karakteristik Pemasaran Syariah, dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli Kosumen Di Restoran Bumbu Desa Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sjawal, B. P., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen.Co Cafe Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Suradi, Mujiono, & Yunelly. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Tepung Sagu (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Selat Akar Merbau). *Jurnal Administrasi Niaga*.
- Susetyarsi, T. (2013). analisis Pengaruh Strategi Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skuter Matik Yamaha Merek Mio Fino di Kota Semarang. *STIE Semarang*, 2252-7826.
- Umar, H. (2001). *Strategic Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, A. P. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket KOPMA universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Wagiran. (2012). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Wardani, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kuantitatif*. Sekolah Tinggi Teknologi Jaffray.
- Yulianingsih, A., & Suryawandi, B. (2018). Pengaruh Experiential Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nexa Hotel Bandung Tahun 2018). *EProceeding of Applied Science*, 4 (2), 370-377.

