

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Dwi Cahya, F. A. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas* Volume 23 No 2.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* . Bandung: : CV Alfabeta.
- Aptaguna, A. d. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. ISSN : 2337-7313. Vol. 3 : 49-56.
- Ari setyaningrum, d. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Arini, S. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Haikal Collection Di Sekura Kabupaten Sambas. *Jurnal Produktivitas* 8 , 91-97.
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting And Executing Strategy: The Quest For Competitive Advantage, Concepts And Readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: : PT Raja Grafindo Persada.
- Dania Vicky Lukitasari, P. B. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Gedog Zaenal Tuban. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volumen 9, Nomor 2*, 1-18.
- Dila Ayu Hapsari, S. N. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran 7p (Marketing Mix 7p) Terhadap Keputusan Pembelian. *JIAGABI* , hal.12-19.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish Grup Penerbit CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hestina Anisa Fadila, S. E. (Vol. 7 No. 1 Juli 2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* , 108-119.

- Kotler, p. a. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ketujuh*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P. d. (2016). *Marketing Management. Edisi 15e*. USA.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Limakrisna Nandan, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis. Edisi Kedua*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Limakrisna, N. d. (2016). *Manajemen Pemasaran Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lopiyoadi Rambat, d. H. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Malasari, D. ( 2017). *Pengaruh Harga, Produk, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Alimudin. Skripsi*. Balikpapan: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Madani (STIE Madani).
- Manap, A. (2016). *Evolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wancana Media.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Nariwati, U. (2010). *Metodologi Penelitian Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Genesis.
- Prasetya, T. B. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Retailing Mix) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Jana Abadi. Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
- Purba, T. &. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia*. Jakarta : Mitra Wancana Media.
- Saladin, D. (2016). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran, cetakan keempat*. Bandung : Linda Karya.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L. G. (2015). *Consumer Behavior Edisi 11 Global Edition*. England : Pearson Education Limited.

- Siregar, S. (2017). *Metde Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan dan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Penerbit Prenada Media.
- Sudaryono, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. . Bandung:CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Statistik Untuk Penelitian cetakan kedua puluh tujuh*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, w. (2014). *Metodelogi Penelitian* . Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suntoyo, D. ( 2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan kasus) Edisi Ketiga*. Jakarta : CAPS ( Center Of Academic Publishing Service).
- Suparni, J. I. ( 2022 ). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 10*, 69-77.
- Tjiptono, F. A. (2015). *Strategi Pemasaran. 4th. ed* Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta. : Penerbit Andi.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Wardana, W. (2017). *Strategi Pemasaran. 1st ed*. Yogyakarta: Deepublish.
- Yunica Ira Wijaya, S. N. ( 2022). Pengaruh Harga, Promosi Melalui Media Sosial, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pakaian. *JIAGABI*, Vol. 11, No. 1, Januari hal.223-232.