

DAFTAR PUSTAKA

- A.D Christian, Selang.2017.Bauran pemasaran (Marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart bahumall manado.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2017. Manajemen Pemasaran. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Abubakar.(2018)'Manajemen Pemasaran',Alfabet,Bandung
- Agustina, Shinta. (2011). "Manajemen Pemasaran". Malang : Universitas.
- Alteza, M. (2011) 'Pengantar Bisnis : Teori Dan Aplikasi Di',Pengantar Bisnis: Teori Dan Aplikasi Di Indonesia, Pp. 1–139.
- Andriyanto, L., Syamsidar, S. And 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), Pp. 26–38.
- Artaman, Dewa Made Aris. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati di Kabupaten Gianyar. Tesis. Program Magister Program Studi Ilmu Ekonomi Program Pascasarjana. Universitas Udayana Denpasar.
- Artawan, I. P. P. 2019. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tour Package Pt Smiling Tour Di Bali". *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 11, Pp. 1249–1274.
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Deliyanti Oentoro, Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, Juli 2012.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Firdaus, A. 2017. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong Pt. Efa

Artha Utama)”, *Jom Fisip* Vol. 4no. 1 – Februari 2017 Page 1, 53(9), Pp. 1689–1699.

Firmansyah, M. A. And Rosmaniar, A. 2015. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di Surabaya”, *Balance: Economi* Xii(2). Available At: [Http://Journal.UmSurabaya.Ac.Id/Index.Php/Balance/Article/View/1647](http://Journal.UmSurabaya.Ac.Id/Index.Php/Balance/Article/View/1647). Hartaroe, B. P., Mardani, R. M. And Abs, M. K. (2016) ‘Prodi Manajemen’, Pp. 82–94.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2014). *Bisnis*. Jakarta: Erlangga.

Habibah, Ummu dan sumiyati. 2016. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di kota Bangkalan Madura. *Jurnal ekonomi dan Bisnis* hal : 31 – 48.

Hendri Sukatjo, S. R. A. 2010. “Analisa Marketing Mix-7p (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, Dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta Di Surabaya”, *Jurnal Mytra Ekonomi Dan Manjemen Bisnis*, 1(2), Pp. 216–228.

Herawati, N. And Qomariyah, N. 2017. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pelanggan Sepeda Motor Matic Honda Di Surakarta)”, *Bhirawa*, 4(1), Pp. 1–15.

Hermawan, H. (2015). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI CERIA DI JEMBER Haris. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 143–161.

Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2017. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.

M. Taslim, Dangnga Dan Yusran, F. 2015. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Pada P.T. Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar”, *Jurnal Economix*, 3, Pp. 1–11.

- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i1.1880>
- Nurhayati, A., Lasmanawati, E. dan Yulia, C.2012. “Pengaruh Mata Kuliah Berbasis Gizi Pada Pemilihan Makanan Jajanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga”, *Jurnal Penelitian Pendidikan* Vol. 13 No. 1, April 2012.
- Qomariah, N. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember). JEAM.
- Qomariah, N. (2016). Marketing Adactive Strategy. Cahaya Ilmu. https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY
- Rosalina, M., Qomariah, N. dan Sari, M. I.2019. “Dampak Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo Smartphone”. *Jurnal Penelitian Ipteks* Vol. 4 No. 2 Juli 2019 P-Issn:2459-9921 E-Issn:2528-0570 Hal: 161-174.
- Sangadji, S. 2019. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sagu Rasa Pada Gabungan Kelompok Tani Tagafura Di Kelurahan Jaya Kota Tidore Kepulauan”, *Jurnal Fakultas Ekonomi: Optimal*, 13(2), Pp.142–157. Doi: 10.31219/Osf.Io/3wup4.
- Sarwo, Prayogi Dan Triyono. 2020. “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Popok Bayi Merek Mamamia Di Kota Semarang)”. *Majalah Ekonomi dan Bisnis*.
- Schiffman dan Kanuk. 2012. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2018. Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3S
- Sjawal, B. P., Mananeke, L. And Jorie, R. J. 2020. “Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen . Co Café Manado) Effect Of Marketing Mix On Consumer Decisions To Choose Cafes (Case Study On Blen . Co Café Manado Consumers)”. *Jurnal Emba* Vol . 8 No . 3 Juli 2020 , Hal . 379 388’, 8(3), Pp. 379–388.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta

Swastha, Basu, I. .2014. “Manajemen Pemasaran Modern” , Liberty, Yogyakarta. Doi:10.1017/Cbo9781107415324.004.

Widyaningrum, N. A. 2017. “Dampak Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Crispy Rice Crackers”, *Jurnal Manajemen Dan Start Up Bisnis*, 1(6), Pp. 635–641.

Yanuar, M. M., Qomariah, N. dan Santoso, B. 2019. “Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember”. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* Vol. 3 No. 1 Juni 2017 Hal. 61-80

Zaini, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2020). Dampak Harga Produk , Promosi , Lokasi Dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 151–160.