

DAFTAR PUSTAKA

- Alex S, Nitisemito, 2002, Manajemen Personalia. Cetakan ke 9. Edisi ke 4. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati. 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi pemasaran jasa pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Angelina, G., Massie, J. D. D., Gunawan, E., Gunawan, E., Manajemen, J., Ekonomi, F., Angelina, G., Massie, J. D. D., & Gunawan, E. (2022). pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian produk the body shop di era pandemi (studi pada konsumen the body shop kota manado) E-mail : Jurnal EMBA Vol . 10 No . 1 Januari 2022 , Hal . 208 - 219. 10(1), 208–219.
- Balance, J. Pengaruh Strategi Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik Di Surabaya (2015). *Jurnal Balance* 28. XII(2).
- Barcelona, O., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Justiti Motor Lembata. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 34. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23560.34-42>
- Basu Swastha. 2009. Manajemen Penjualan, Yogyakarta: BPF
- Boone, Louis. E. Kurtz, David L. 2008. Pengantar Bisnis Kontemporer, buku I. Salemba Empat, Jakarta
- Djaslim, Saladin (2006). Manajemen Pemasaran analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian, Bandung : Linda Karya
- Djaslim, Saladin. 2003. Intisari Pemasaran. Penerbit .Linda Karya. Bandung
- Duwi, Priyatno, 2010. Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaran. Gaya Media. Yogyakarta
- Faizal, D., & Rahmawati, N. I. (2013). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Penjualan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ferdinand, Agusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Univeritas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013, Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hamidah, A., & Uhardiyah, M. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pgrri Adi Buana Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 488–496. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3058>
- Hill & Jones 2004. *Strategic Manajemen Theory : An Integrated Approach*. Boston. Houghton Mifflin.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

- Jonatan, Sarwono. 2006. *Metode Peneitian Kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta : Graha ilmu
- K, Naresh, Malhotra.(2009) “*Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*”, Edisi 14 Jilid 1. PT. Indeks:Jakarta
- Kotler, K (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi Ketiga belas, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2008. *Prinsip prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua belas*, Jakaerta: Erlangga
- Kotler, Philip 2005, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Kesebelas, Jakarta : Pearson International Edition
- Kotler, Philip dan Keller,2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua Belas, PT Indeks, Jakarta
- Kotler,Philip. 1995, *Strategi Pemasaran untuk organisasi nirlaba*, edisi ke tiga. Penerbit Gadjah Mada, University press. Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajad 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Lupiyoadi dan hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat : Jakarta
- Mahmoud, T. O. (2018). *Impact of green marketing mix on purchase intention*. *International Journal of Advanced And Applied Sciences*, 5(2), 127–135. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2018.02.020>
- Malelak, S. L., Setiawan, B., & Maulidah, S. (2021). *Analysis of Marketing Mix on Consumer Loyalty: Empirical Study of Customer Satisfaction of Local Product*. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOb)*, 1(3), 160–168. <https://doi.org/10.52218/ijbtob.v1i3.88>
- Malhotra, N.K. 2004. *Riset Pemasaran Pendekatan Terpadu*. Edisi Bahasa Indonesia PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Mangkunegara, Anwar prabu. 1998. *Perilaku konsumen*, Eresco: Bandung
- Mangkunegara, Anwar prabu. 2005. *Perilaku konsumen edisi Revisi*. Bandung:Rafika Aditama.
- Muharri, M. N., & Rahmat, M. (2021). *PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT . HEALTH WEALTH INTERNATIONAL (Studi Kasus Masyarakat Desa Marindal I Kec . Patumbak Kab . Deli Serdang)*. 6, 25–36.
- Prayitno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS*. MediaKom, Yogyakarta
- Prihastuti, Y., & Widayati, E. (2019). *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pt. Tunas Indonesia Tours & Travel Cabang Yogyakarta)*. *Journal of Tourism and Economic*, 2(1), 66–75. <https://doi.org/10.36594/jtec.v2i1.30>
- Qomariah, Nurul. 2016. “*Marketing Adactive Strategy*”. Jilid 1, Jember: Cahaya Ilmu.

- RADIMAN, Gunawan, A., & Wahyuni, S. F. (2018). *The Effect of Marketing Mix, Service Quality, Islamic Values and Institutional Image on Students's Satisfaction and Loyalty*. *Expert Journal of Marketing*, 6(2), 95–105.
- Rangkuti Freddy, 2009, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Intrgrated Marketing Communication*, Jakarta: Gramedia pustaka utama
- Roti, P., & Di, C. (2015). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 1 No. 2 Desember 2015*. 1(2), 143–161.
- Shige, B., Hariyanti, & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 7(2), 144–153.
- Sugiyono. (2010). *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND”*. Bandung : Alfabeta
- Suhartini, S., & Said, S. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Klinik Kecantikan Di Kota Makassar. *CESJ: Center Of Economic Students ...*, 2(2). <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CESJ/article/view/179%0Ahttp://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CESJ/article/download/179/112>
- Sumarmi, Murti dan John Soepriharto. 2010. *Pengantar Bisnis (dasar-dasar Ekonomi perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Suryani. Tatik. 2008, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Graha Ilmu 2008)118.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Umar, Husein. 2005. *“Metode Penelitian”*. Jakarta : Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *pemasaran strategik*. Yogyakarta, ANDI.
- Tjiptono. F. 2000. *Manajemen Jasa*, Edisi ke dua. Andy offset, Yogyakarta
- Wardani, R. K., Manalu, M., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Advent, U., Ekonomi, F., & Advent, U. (2021). Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee. 3(4), 88–95.
- Yasa, I. M. S. (2018). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Nutrition Shake Herbalife Di Empat Rumah Nutrisi Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 1958–1967.
- Yazid, Drs. 2003, *Pemasaran jasa*, Edisi Kedua, Ekonomi Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.