

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhiri. (2019). Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 120–136.
- Assauri. (2013). Sitem Informasi Pemasaran Produk dengan Metode Customer Relationship Management Berbasiskan Website. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen ...*, 6(April), 192–205.  
<http://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/remik/article/view/11489%0Ahttps://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/remik/article/download/11489/935>
- Assauri. (2015). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji. *Ekonomi Bisnis*, 17, 1–12.
- 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>
- Chandra, T. &. (2016a). Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136.
- Chandra, T. &. (2016b). *Service, Quality & Satisfaction. edisi 3.*
- Fadila, H. A., & Astuningsih, S. E. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Tulungagung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 108–119.  
<https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4891>
- Faizal, D., & Rahmawati, N. I. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Furnitur Pada PT. Catur Sentosa Berhasil. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 170–178.
- Ferdinand. (2014). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Excellent*, 8(1), 92–103.  
<https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.911>
- Ghozali. (2013). Implementasi ISAK 35 pada Pelaporan Keuangan SDIT Permata Gemilang. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 4, 63.
- Keller, K. dan. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 (PT Indeks).*
- Kotler, P., Amstrong, G., & Sindoro, A. (2016). *Dasar-dasar pemasaran (Edisi 9 In).*
- Lubis, R. M. O., & Pathuansyah, Y. (2021). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi Pada PT. Nato Jaya Grup Padangsidimpuan. *Jurnal ESTUPRO*, 6(2), 106–116.
- Nur, D. &. (2020). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 58–66.  
<https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.27>
- Olson, P. &. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Tipe Nmax. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 50–63.  
<https://doi.org/10.37385/msej.v1i1.30>

- Pratama, R. A., & Waluyo, M. (2020). Analisis Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aquarium Dengan Metode Sem Di Pt. Nisso Bahari Surabaya. *Juminten*, 1(3), 59–69. <https://doi.org/10.33005/juminten.v1i3.63>
- Rahmidani, I. P. &. (2020). 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>
- Sugiyono. (2013). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Nasi Bakar Bilmar Adam (Studi Pada Konsumen Nasi Bakar Bilmar Adam di Kecamatan Kumai Provinsi Kalimantan Tengah). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(18).
- Sugiyono. (2015). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sulaman Khas Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(1), 95. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i1.8529>
- Sunyoto. (2015). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI LUWAK MATARAM. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 21(1), 15–25.
- Akhiri. (2019). Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 120–136.
- Assauri. (2013). Sitem Informasi Pemasaran Produk dengan Metode Customer Relationship Management Berbasis Website. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen ...*, 6(April), 192–205. <http://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/remik/article/view/11489%0Ahttps://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/remik/article/download/11489/935>
- Assauri. (2015). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji. *Ekonomi Bisnis*, 17, 1–12.
- 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>
- Chandra, T. &. (2016a). Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136.
- Chandra, T. &. (2016b). *Service, Quality & Satisfaction. edisi 3*.
- Fadila, H. A., & Astuningsih, S. E. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Tulungagung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 108–119. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4891>
- Faizal, D., & Rahmawati, N. I. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Furnitur Pada PT. Catur Sentosa Berhasil. *Jurnal Ecodematica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 170–178.
- Ferdinand. (2014). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Excellent*, 8(1), 92–103. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.911>
- Ghozali. (2013). Implementasi ISAK 35 pada Pelaporan Keuangan SDIT Permata Gemilang. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 4, 63.

- Keller, K. dan. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (PT Indeks).
- Kotler, P., Amstrong, G., & Sindoro, A. (2016). *Dasar-dasar pemasaran* (Edisi 9 In).
- Lubis, R. M. O., & Pathuansyah, Y. (2021). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi Pada PT. Nato Jaya Grup Padangsidempuan. *Jurnal ESTUPRO*, 6(2), 106–116.
- Nur, D. &. (2020). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 58–66. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.27>
- Olson, P. &. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Tipe Nmax. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 50–63. <https://doi.org/10.37385/msej.v1i1.30>
- Pratama, R. A., & Waluyo, M. (2020). Analisis Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aquarium Dengan Metode Sem Di Pt. Nisso Bahari Surabaya. *Juminten*, 1(3), 59–69. <https://doi.org/10.33005/juminten.v1i3.63>
- Rahmidani, I. P. &. (2020). 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>
- Sugiyono. (2013). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Nasi Bakar Bilmar Adam (Studi Pada Konsumen Nasi Bakar Bilmar Adam di Kecamatan Kumai Provinsi Kalimantan Tengah). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(18).
- Sugiyono. (2015). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sulaman Khas Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(1), 95. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i1.8529>
- Sunyoto. (2015). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI LUWAK MATARAM. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 21(1), 15–25.