DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchori. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua, CV. Alfabeta, Bandung.

Anggi Putri Andiyani. 2019. Pengaruh produk, harga, promosi, dan distributor secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik Oriflame. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN : 2461-0593*

Ghozali, 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th ed. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang

Hafidzi, Achamd Hasan. 2016. *Development Strategy of Lovina Beach Singaraja Bali. The Third International Conference of Enterprenuership (ICOEN 3). Book 2. 70 – 80.*

Indriantoro, Nur dan Sopomo, Bambang. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manjeme*n. Yogyakarta

Kotler, Philip dan Amstrong. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Dua. Edisi Ke Delapan. Penerbit Salemba. Jakarta.

Lia Afiani. 2014. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk PT. SNI. *JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun 2014, Hal. 1-7*

Marina Intan Pertiwi Dkk. 2016. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama dan parsial serta mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Baker's King Donuts & Coffee di MX Mall Malang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol 4, No. 1*

Mario Pranata dan Nurul Widyawati. 2013. Pengaruh produk, harga, promosi, tempat dan pelayanan terhadap keputusan konsumen membeli di Rumah Makan Bamara Surabaya. *Jurnal Ecodemica. 1(2): 139-148.*

Putri. 2018. Pengaruh Strategi Pemasaran Mlm Syariah Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Agency Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia di Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis vol 3 no 1 hal 12-21*.

Saiz Wantini dkk. 2013. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian emping mlinjo di Kelurahan Ngadirejo Kartasura tahun 2013. *Jurnal Of Manajemen. 1(1): 282-289.*

Selviana Lasma. 2016. Pengaruh *marketing mix multi level marketing* terhadap keputusan pembelian produk oriflame di Pekanbaru. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol 4, No. 1*.

Silalahi, U.2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Simamora, I. K., Djoko, H., & Widayanto. 2013. Pengaruh Harga, Citra Merek, Positioning Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Jamu PT. Njonja Meneer (Studi Kasus Pada Pondok Jamu Njonja Meneer Depok-Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Politic* , 1-12.

Suci Romatul Firdaus. 2019. Pengaruh kualitas produk, harga, citra merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk PT. Natural Nusantara. *Jurnal EMBA Vol1 no 3.*

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R &* D. Bandung: Alfabeta.

Suswardji, E., Martini, M. N., & Angelia, M. K. 2012. Analisis Positioning Produk Im3: Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Manajemen, Vol.09, No.3*.

Syafruddin Noer. 2014. Analisis faktor- faktor yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tupperware di Samarinda. *Jurnal EMBA. 2(3): 1737-1749*

Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi

Umi Latifatun Nisa. 2016. Pengaruh variabel produk, harga, saluran distribusi, promosi, terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 2, No. 1*.

Wiradinata, I. B. 2014. Peran Support System Dalam Mendukung Keberhasilan Distributor (Studi Pada Perusahaan Multi Level Marketing Tianshi Di Kota Singaraja Pada Tahun 2013). *Jurnal Ilmiah, Vol. 4, No. 1*.