

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. T & Tantri. F. (2012), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amin, S. T., & Alrub, A. M. (2014). *The role of MKIS in decision making: a conceptual framework. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business*, 5(9), 551.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Banyamin Milan, Jakarta : Penerbit Prenhalindo, 2012:214)
- Andriyanto, L., Syamsiar, S., & Widowati, I. (2020). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing mix 7-P) terhadap Keputusan Pembelian di Thiwul Ayu Mbok Sum. Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20(1), 26-38.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Astuti, R., Silalahi, R. L. R., & Wijaya, G. D. P. (2015). *Marketing strategy based on marketing mix influence on purchasing decisions of Malang apples consumers at giant Olympic garden mall (MOG), Malang city, East Java province, Indonesia. Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 3, 67-71.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). *Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. Jurnal Mirai Management*, 6(1), 120-136.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk*. Penerbit Universitas Diponegoro:Semarang.
- Firmansyah. M. A.(2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (planning dan strategi)*. Surabaya:Qiara Media.
- Francis, A. T. (2012). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Hanaysha, J. R. (2018). *An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. PSU Research Review*.
- Harahap, E. F. (2019). *Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kendaraan Bermotor pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut*.
- Haudi, H. W., & Cahyono, Y. (2020). *Effect Of Product Innovation and Marketing Strategy on Consumer Purchase Decisions In Indonesia's Lightweight Roof Steel Industry. Journal of Critical Reviews*, 7(13), 4147-4155.
- Imam, S. A., Setyowati, N., & Khomah, I. (2020). Analisis Faktor-Faktor Marketing Mix (7P) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Wedangan Lawang Djoendjing di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 4(4), 918-929.
- Karakaya, Ç., Badur, B., & Aytakin, C. (2011). *Analyzing the effectiveness of marketing strategies in the presence of word of mouth: agent-based modeling approach. Journal of marketing research and case studies*, 2011, 1-17.

- Kotler, P. & G. Armstrong. (2013). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerbit PT Indeks:Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 12*, Jakarta:Erlangga (2012)
- Kurniawan, P.S. (2013, 29 April). *Potensi usaha budidaya ikan air tawar. Alamtani*. Diperoleh pada 29 Desember 2020, Pada pukul 18:29, Dari <https://alamtani.com/ikan-air-tawar/>.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Pratek*. Salemba Empat:Jakarta.
- Moses, Yomungga & dkk. (2015). *Pengantar Bisnis*. Medan : Perdana Publishing.
- Mursid M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Bumi Aksara.
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta:A.M. Media.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran* .Denpasar: Universitas Udayana.
- Ratih Hurriyati, *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*, Bandung : Alfabeta, 2015:56
- Rosita, R. D., Budiarto, B., & Kismantoroadji, T. (2020). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Luwak Mataram*. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 21(1), 15-25.
- Sofyan A. (2012). *Manajemen Pemasaran dalam konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Grafindo.
- Sumarwan. U. (2015) *Pemasaran Strategik (Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan)*. IPB Press:Bogor.2015

Sunarji. (2016) *Pengantar Manajemen Pendekatan Integratif Konsep Syariah*.

Medan :IAIN Press.

Tbk Malalayang. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 4(1).

Triyono, A., & Warnandi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:

Deepublish.

