

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Adam, M.(2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Adhaghassani, S.,F.(2016). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence) di Cherryka Bakery*. Fakultas Teknik. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Anuar,P. (2016). *Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Produk Air Minum Kemasan (Kasus Produk Merk Muraqua PT. Tirtasari Floragrata Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar)*. Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 3(2), 1-11.
- Ansofino., & Hagi, A. (2016). *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish.
- Anggriani, Mery.(2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Palembang*. Fakultas Ekonomi Islam. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Aspizain, C. (2017). *Teknik Pengambilan Keputusan (Pendekatan Teori & Studi Kasus), cetakan 1*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendakia.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran (UMKM dan Digital Sosial Media)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Darmanto & Wardaya,S. (2016). *Edisi 1, cetakan 1 Manajemen Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, kecil & Menengah*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Firdaus, A. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (Kasus pada perumahan Surya Mandiri Teropong PT. Efa Artha Utama)*. Jurnal Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, 4(1),1-12.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.

- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Faudilla, P.N., & Kusai. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Restoran Seafood Kang Bewok Kota Pekanbaru*. *Jurnal Sosial Ekonomi Pesisir* 1(2), 1-6.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, S.,M. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta : Bumi Aksara
- Hidayah, I.J.N., & Harrie,L. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi pada Perum Perumnas Rumah Subsidi Bumi Parahyang Kencana Sorean, Bandung 2017)*.E-proceeding of Applied Science, 3(2), 272-278.
- Harahap, E. F. (2018). *Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kendaraan Bermotor pada PT. Asuransi Sinarmas Cabang Garut*. *Journal of Knowledge Management*,12-20.
- Indrasari, M. (2020). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Idayanti, Z.F., & Marnisah, L. (2021). *Analisis Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online (Studi Kasus Rute Penerbangan Palembang-Cengkareng*. *Jurnal Manajemen Profesional*, 2(1), 1-14.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mufarrikoh, Z. (2020). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Musfar, T.F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Mustafa, P.S. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Penelitian Kuantitatif dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga*. Malang: Universitas Negeri Malang.

- Nianggolan, N.T. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Nugroho, (2011). *It's Easy Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Skripta Media Creative.
- Putri, B.R.T.Pt,S. (2017). *Manajemen Pemasaran*: Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Paramita, R.W.D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Azyan Mitra Media.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Romodhoni, A.H.(2019). *Pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dalam Pembelian Perumahan*.Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers, 113-114.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, W., & Sugiharto, S. (2014). *Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 2(1), 1-8.
- Somad, R., & D. J. P. (2014). *Manajemen Komunikasi (Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan)*. CV Alfabeta.
- Siregar. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Statistika*. Surabaya: Halaman 2 Dalam Buku Dasar Metodologi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sitorus, O.F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaila, D., O. (2018). *Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Produk Share Tea di Manado Town Square 3 Kota Manado*. Jurnal Transdisiplin Pertanian, Sosial dan Ekonomi, 14(2), 67-76.
- Suprpto, R., & Azi, Z. W. (2020). *Cetakan pertama, Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Sudirman, A. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya Diera Digital, Cetakan 1*. Bandung: Widina Bhaki Persada Bandung.
- Supiandi, G. (2020). *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Tujuh Bintang Gemilang di Jakarta*. Jurnal Ekonomi Efektif 2(3), 380-389.
- Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hasjrat Abadi Manado*.
- Wariki, G.M. (2015). *Pengaruh Bauran Promosi, Presepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, 3(2), 1073-1085.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Widagdo, H. (2017). *Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Krupuk Kemplang di Palembang*. Jurnal Ilmiah STIE MDP, 7(1), 43-54.
- Widyasari, S., & Ffilia, E.T. (2017). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi pada Perumahan Graha Estetika Semarang)*. Telaah Manajemen, 159-169.
- Yolamalinda & Nandiroh. (2015). *Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di Dharmasraya*.