

DAFTAR PUSTAKA

- A.Rorong, G., Tamengkel, L. F., & Danny D.S Mukuan. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. *Productivity*, 2(3), 228–233.
- Adisaputro. (2014). Manajemen Pemasaran, Analisis untuk Perencanaan Strategi Pemasaran. UPP STIM YKPN.
- Adisaputro, G. (2010). Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran. UPP STIM YKPN.
- Adrian, P. (2008). *The Essence of Marketing* (Pemasaran Jasa). Salemba Empat.
- Afridayani, & Syamsul, M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah Dasar (SDIT) Permata Gemilang Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah Dasar (SDIT) Permata Gemilang. 1(1), 599–606.
- Alma, B. (2004). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta.
- 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. <https://doi.org/10.31315/jdse.v20i1.3248>
- 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) *The Influence Of The Marketing Mix On The Body Shop Purchase Decision In The Pandemi Era (Study On Consumers Of The . 10*(1), 208–219.
- Anza, B. A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Penumpang Dalam Membeli Tiket Maskapai Penerbangan Citilink. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol.5, No.
- Aprih, S., & Sri, W. (2011a). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 183.
- Aprih, S., & Sri, W. (2011b). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*.
- Ariyuda. (2009). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Bauran Pemasaran Ritel di Giant Supermarket Libi Plaza Denpasar. *Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana*.

- Artawan, I. P. P., & Ekawati, N. W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tour Package PT Smailing Tour Di Bali. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11, 1249–1274.
- Bahri, saiful. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS. CV ANDI OFFSET.
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- FIRMAN, W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Orang, Bukti Fisik Dan Proses) Terhadap Keputusan Pembelian Jasa (Studi pada Hotel AHAVA Magelang). 8(5), 55.
- Handayani, S. (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih PDAM Tritasari Binjai. *Jurnal Non Eksakta*, 4(1), 2.
- Hapsari, D. A., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P (Marketing Mix 7P) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Dasterbordir. Com). *JlAGABI (Jurnal Ilmu ...*, 10(2), 12–19. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/12893>
- Harman Malau, P. D. (2018). Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Alfabeta.
- Hatmawan, A. A., & Riyanto, S. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen. CV Budi Utama.
- Heriyudin, & Subago, W. H. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Jungle land Adventure Theme Park Sentul Bogor. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf
- Hidayat, R. (2021). *Buying Decision Influence With Price, Product Quality and Promoting. International Journal of Economic, Technology and Social Sciences*, 2(1), 216–226.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Husein, U. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada.
- Indrayani, R. (2011). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pemilihan Peguruan Tinggi Serta Implikasinya Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Logistik Bisnis*, Vol. 2

- Khoiriyah, A., & Budi Utomo, S. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat (Studi Kasus Pada Masyarakat Wadungasri Sidoarjo) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Khoiriyah, R., & Budi, U. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22916>
- Kodhyat, H. (2013). *Sejarah kepariwisataan & Perkembangan Indonesia*. Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (1st ed.). Erlangga.
- Kotler dan keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. In: *Manajemen Pemasaran*. In *Edisi Millenium, Jilid 1* (Edisi 13, Vol. 1, Issue 2). Erlangga.
- Kotler dan keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke 1). Erlangga.
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi ke-1). Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Kuncoro, M. (2007). *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. UPP STIM YKPN.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, R. (2013a). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 3). Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013b). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemn Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi Ke-3). Salemba Empat.

- Malonda, D., Joyce, L., & Yunita, M. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai Â Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20997>
- Maulana, K. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Hotel Horison Arcadia Surabaya.
- Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Nawangsih. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Widya Gama.
- Nugroho, A. (2011). *Perancangan dan Implementasi Sistem Basis Data*.
- Nugroho, R., & Japariato, E. (2013). Pengaruh Product, Promotion, Place, Price, People, dan Physical Evidence Terhadap Tingkat Kunjungan di Coffee Cozies. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Volume 1*, 1–9.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>
- Pryatino, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Oleh Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Andi.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik dan Bisnis dengan SPSS*. CV Wade Group.
- Puspitasari, S., Panji, D., & Santoso, I. (2014). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Keripik Buah UD. Subur Jaya Malang *Analysis Of Marketing Mix Influence Purchasing Decisionon Fruit Chips UD. Sabar Jaya Malang. Jurnal Industria*, 3(1), 15–25.
- PUTRA, M. Z. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Surabaya Indah*. <https://repository.stiesia.ac.id/eprint/3503/>

- Rafliatha, M., Suharyati, S., & Aryani, L. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Online Kopi Kenangan Ditinjau dari Pengaruh Marketing Mix. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1415–1427. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1228>
- Ratih Hurriyati, DR., M. S. i. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Ririn, T. R., & Aksa, H. M. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rosita, R. D., Budiarto, & Teguh, K. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Luwak Mataram. 3(2017), 54–67. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Santoso, S. (2019). *Mahir Statistik Parametrik*. PT Gramedia.
- Sanusi, A. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. PT. Salemba Empat.
- Siregar. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Prenadamedia Group.
- Soewanto, A. A. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warung Gudeg Bu Yul Surabaya. *Agora*, 7(2), 1–6. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/balance/article/view/1647>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. ANDI.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, suyanto. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Caps.

- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Penerbit Center of Academic Publishing Service (CAPS).
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Syaloom, W., Massie, J. D. D., & Raintung, M. C. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seruput Coffee Company Tomohon Di Masa Pandemi*. 9(3), 1472–1481.
- Tanjung, I. (2021). Analysis of the Effect of Marketing Mix 7P on Purchase Decisions at Sentra Snack Stores. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 125–133. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v1i2.2421>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Anastasis, D. (2016). *Pemasaran Eresi dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Ulfa, M. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Travel Mobil PT. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan dalam Perspektif Islam. <https://repository.stai-tbh.ac.id/handle/123456789/110>
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20935>
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan*. UPP STIM YKPN.
- Yuandari, E., & Rahman, T. A. (2014). *Metodologi Penelitian dan Statistik*. IN MEDIA.
- Zeithaml. (2013). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm* (7th ed). *MC Graw Hil Education*.