

### Daftar Pustaka

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ajzen, Icek. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Milton Keynes: Open University Press dan Chicago, IL: Dorsey Press.
- Ajzen, Icek (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 179-211.
- Akhiri, S. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Tipe Nmax*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Vol 1(1).
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Andriyanto, L., Syamsiar, S. & Widowati, I. (2019). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) Terhadap Keputusan Pembelian di Thiwul Ayu Mbok Sum*. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*. Vol. 20. No. 1. Hal. 26-38. ISSN: 1411-593.
- Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Budiwati, H. (2012). *Cara Mudah Mempelajari dan Memahami Statistik Inferensia (Untuk Bisnis dan Ekonomi)*. Lumajang: STIE Widyagama Lumajang.
- Dwinanda, G. & Nur, Y. (2020). *Bauran Pemasaran 7P dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Industri retail Giant Ekspres Makassar*. *Jurnal Mirai Management*. Vol. 6. No. 1. E-ISSN: 2597-4084.
- Firmansyah, M, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (planning & Strategy)*. Jakarta: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gajali, J., A., Hufron. M. & Rahman, F. (2020). *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)*. *E-Jurnal Riset Manajemen*. Unisma.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

- Hapsari, D., A., Nuringwahyu, S. & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P (*Marketing Mix 7P*) Terhadap Keputusan Pembelian. *JIAGABI*. Vol. 10. No. 2. Hal. 12-19. ISSN: 2302-7150.
- Hanifaradiz, A. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy di Surabaya*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. STESIA Surabaya. Vol. 5 No. 6.
- Hermawan, A. (2015). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Roti Ceria di Jember*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Hurriyati, R., (2020), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: Rafika Aditama.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Marcelina, J. & Tantra, B. (2020). *Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian pada Guest House di Surabaya*. *Jurnal Manajemen*. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Marlius, D. (2017). *Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT Intercom Mobilindo Padang*. *Jurnal Pundi*. Akademi Keuangan dan Perbankan Padang. Vol. 01. No. 01.
- Martjiono, R., Santoso, S. P., Aprilia, A. & Remiasa, M. (2020). *Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kakkk, Ayam Geprek!!!*. *Jurnal Manajemen*. Universitas Kristen Petra Surabaya.

- Paramita, R. W. D., & Rizal, N., (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa*, Yogyakarta: Azyan.
- Pertiwi, M.I., Yulianto, E. Sunarti. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker's King Donuts & Coffee di MX Mall Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis. Universitas Brawijaya. Vol. 37. No. 1
- Ramadhanti, A. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian pada Giant Supermarket Mall Mesra Indah di Samarinda*. E-journal Administrasi Bisnis. 5(2): 269-282. ISSN: 2355-5408.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Senjaya, H. G. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Masakan Jepang di Hayashi Teppan (Survei Terhadap Konsumen Hayashi Teppan di Food Court BEC)*. E-Journal Graduate Unpar. Universitas Katolik Parahyangan. Vol. 1. No. 2. ISSN: 2355-4304.
- Setyorini, W. (2012). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen dalam Membeli Sepeda Motor Honda Beat di Pangkalan Bun*. Jurnal Spread. Universitas Antakusuma. Vol. 2 No. 2.
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sudarto, A. & Rumita, R. (2018). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT POS Indonesia KPC Surabaya Selatan)*. Jurnal Manajemen. Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Kombinasi (Mxed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015c). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat dan Analisis Data)*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Tjahjono, A. MS Samuel, H. Karina, R. Brahmana, M. R. (2013) *Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Universitas Kristen Petra.

- Tjiptono, F. & Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, & Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3 -Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-Marketing*. Yogyakarta : CV.Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV.Andi Offset.
- Wangarry, C.L., Tumbel, A. Karuntu, A.A. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT Hasjrat Abadi Ranotana*. Jurnal EMBA. Universitas Sam Ratulangi. ISSN: 2303-1174. Vol. 6 No. 4.
- Wangko, M. C. (2013). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Panther Pada PT Astra Internasional-Isuzu Manado*. Jurnal EMBA, I (3), 541-549.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan Dengan Excel & SPSS*. Yogyakarta:UPP STIM YKPN.

