

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, I. E., Putri, A. B., & Sanusi, A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung. *Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, 1*, 249–267.
- Gunawan, G. L. C. (2021). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa, 5*(2), 166–175. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i2.1738>
- Hendrayani, E., dkk. (2020). Manajemen Pemasaran. CV. Media Sains Indonesi, Kota Bandung- Jawa Barat.
- Herwati, W. A. A. (2018). Effect of Marketing Mix (7p) on Student Decision Making In Choosing an Entrepreneur Based School (Study at Muhammadiyah 9 High School Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Dan Bisnis, 2*(2), 309–325.
- Indrasari, M (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Surabaya 60283 Jawa Timur, Indonesia.
- Iskandar, I., Aminuyati, A., & Warneri, W. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa, 7*(10), 1–9.
- Islamiah, F., Harmayanto, H., & Jayanti, R. D. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Teh Pucuk Harum Pada Toko Dhea Sembako Di Tanah Grogot. *Gajah Putih Journal of Economics Review, 1*(1), 001–008. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v1i1.376>
- Kotler P & Amstrong G (2019). Principles Of Marketing (Edisi ke-17).
- Muhammad Abdul Aziz. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Beras Dalam

Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman*, 2(2), 25–35.
<https://doi.org/10.55606/jurrit.v2i2.1802>

Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–12.
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/717>

Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Pascal Books Kota Tangerang Selatan.

Purbohastuti, A. W. (2021). The MARKETING MIX EFFECTIVENESS ON INDOMARET'S CONSUMER PURCHASE DECISION. *Sains Manajemen*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i1.2707>

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksprimen. CV. Budi Utama.

Samiruddin (2023). Manajemen Pemasaran Dan Nilai pelanggan. <https://books.google.com>.

Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>

Seprianti, M., Murlita, M., Antoni, F., & Fitri, Z. N. (2023). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Laptop Di Toko Betech Computer Kota Pagar Alam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 315–324. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.237>

Wardoyo, Rohani, E., & Kencanawati, M. S. (2023). Faktor Determinan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Tokopedia Pada Mahasiswa

Universitas Gunadarma Karawaci. *Jurnal Jaman*, 3(2), 49–58.
<https://journal.admi.or.id/index.php/JAMAN/article/download/828/1027/291>

4

Yosua Ronaldo Suwu, Djurwati Soepeno, & Ferdy Roring. (2023). Pengaruh Periklanan, Publisitas Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Setiap Event Yang Diadakan Oleh Pt.Ichi Tan Indonesia Di Sulut. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), 67–77.
<https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.46982>

Zusrony, E., (2021). Perilaku Konsumen Di Era Modern. Yayasan Prima Agus Teknik.