

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, S., Amaral, M. L., Lumbantobing, P., Hidayat, M. R., Oktayani, D., Candra, L., & Utami, A. R. (2023). *Manajemen Pemasaran Mix (Konseptual & Praktis)*, Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada.
- Amalia, P., & Megayani, M. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Baju Di Pasar Jatinegara, Jakarta Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 09(1), 135–149.
- Anggraeni, V. B., & Fitriyani, R. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tikar Dengan Kosep 4P (Price, Product, Place, Promotion), *Jurnal Manajemen Industri & Teknologi*, 02(3), 167–178.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Cesariani, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Market Place: Kualitas Produk dan Pelayanan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Dahlia, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi & Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Pito Jaya Lamasi. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 13(1), 151-163.
- Distrisniani, B. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Rumah Makan Family Setia Di Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Ekonomi*, 4(1), 136-149.
- Fakhrudin, A., Valeria, M. Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CV BUDI UTAMA.
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jurnal Ekonomi*, 5(2), 1549-1562.
- Ghina, M. (2020). Analisis Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Apotek Azhar Farma Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 14(1), 138-151.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran*. Tangerang Selatan: Penerbit Pascal Books.
- Harahap, E. F. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pemebelian Asuransi Kendaraan Bermotor Pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut. *Jurnal Knowledge Management*, 12(1), 012–020.
- Harun, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Mina Beli Konsumen Pada Toko Distro Districk Palopo. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 11(2), 163-174.
- Irfandi, M. (2022). Pengaruh Buaran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Pedas Bang Mar Pekan Baru. *Jurnal Manajemen Ekonomi*, 5(1), 182-194.

- Kotler, P. & Amstrong G. (2016). *Strategi Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 Jakarta:Erlangga.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Instansi Dan Bisnis*, 1(1), 128–136.
- Mayla, S. (2022). *Strategi Pemasaran Ampuh*. Makasar:Nas Media Pustaka.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix). *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(1), 15-26.
- Muliadi, D. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Meningkatkan Pembelian Pada Permata Mart Di Kabupaten Bogor. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 9(2), 247-257.
- Musfiroh, M. (2019). Pengaruh Produk, Hrga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kue Bolu Hj. Enong Martapura. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomika*, 7(1), 211-224.
- Nurfiadli, N. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Sahabat Di Kabupaten Sambas. *Jurnal Manajemen Ekonomi* 9(1),510-527.
- Pitri, T. (2023). Pengaruh Strategi Peamasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Showroom's Teddy Sukabumi. *Jurnal EMA*, 1(2), 87–98.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Tareroh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 215-229.
- Rahayu, Y. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di UD. Bangunan Mulia Saura Jaya. *Jurnal Management Dan Pemasaran Jasa*, 11(1), 153-169.
- Ramadanti, D. T. (2021). Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Obat Bundo Basamo. *Jurnal Pemasaran Modern*, 4(1), 2337-3792.
- Safitri, N. A. (2023). *Manajemen Pemasaran*.Yogyakarta:K-Media.
- Sahid, H. (2018). Cara melakukan Uji t Parsial & Uji f Simultan dalam Analisis Regresi dengan SPSS. *Jurnal EQUITY*, 18(1), 16-24.
- Sari, Y. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Kopi Aceh. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 5(1), 678-685.
- Setyani, E. (2015). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Di Toko Alat Tulis Hadi Sutrisno Putra 2 Limpung. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(4), 207-219.
- Sitompul, P. N. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Obat-Obatan Di Apotik Nasional Medan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(2), 75-84.

- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung:Penerbit CV.Alfabeta.
- Syifauddin, M. R., Hatta, I. H., & Sarnianto, P. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Di Kecamatan Serang. *Jurnal Riset Bisnis*, 6(2), 243-258.
- Tresnanda, D. A., & Arifin, Z. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rumah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 215-234.
- Zevi, I. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri. *Jurnal Ekonomi Dan Pemasaran*, 7(2), 818-827.