

DAFTAR PUSTAKA

- Cindy Septiana Putri. (2016). Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri ANALISIS PENERAPAN METODE. *Ekonomi Akuntansi*, 01(08), 1–13.
- Daril, M. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Honda Di Makassar. *Universitas Hasanuddin: Makassar*.
- Ismanto, W., Munzir, T., Tanjung, R., Lestari, L., & Ashari, E. (2022). The Influence of Marketing Mix On Purchase Decision. *Dimensi*, 11(1), 200–210.
- Marcelina, J., & Tantra, B. (2017). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian pada Guest House di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 1–16. Retrieved from <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/5961/5444>
- Nofina, G., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Sepeda Motor Honda Di Pt. Menara Agung Veteran. *Jurnal ESFO*, 2(1), 1–14.
- Sudirman, Bachri, S., & Rombe, E. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian City Car Kia Picanto Pada Pt. Kars Inti Amanah (KallaKia) Palu. *Jurnal Katalogis*, 3(12), 45–56.
- Sugiyarti, G. (2013). Analisis Bauran Pemasaran pada Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada PT. Astra International HSO Semarang). *Serat Acitya*
– *Jurnal Ilmiah*, 67–77.

Utama, I. T. dan H. B. (2020). Kelola : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Vol 7 , No 2 (2020) ; Desember ISSN : 2337-5965 (cetak) Kelola : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi P3M STIE AUB Surakarta, 7(2), 211–222.

Widyastuti, A. N., Pujiharto, P., Tubastuvi, N., & Santoso, S. B. (2020). The Effect ofMarketing Mix on Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2). <https://doi.org/10.18196/mb.11295>

Yani, A. (2014). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN “MIE SEDAAP” (Studi Empiris Pada Masyarakat Kota Boyolali). Retrieved from

<http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/29254>