

DAFTAR PUSATKA

- Barcelona, O., Tumbel, T. M. And Kalangi, J. A. F. (2019) „Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Justiti Motor Lembata“, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), Pp. 34–42.
- Dewi, O. I. And Sutanto, E. M. (2018) „Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya“, *Agora*, 6(2), Pp. 2–7.
- Evan, H. And Christian, S. (2019) „Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Buono Pulp Di Surabaya“, *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 4(3), Pp. 446–456.
- Febrianto, A. And Satrio, B. (2019) „Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Levi Straus And Co“, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(11), Pp. 1–5.
- Kotler And Armstrong (2016) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Marpaung, N. N. (2022) „The Influence Of The Marketing Mix On Buying Decision (Study On Rb Collection Pasar Baru Bekasi)“, *International Journal Of Education, Information Technology And Others (Ijeit)*, 5(2), Pp. 166–176. Doi: 10.5281/Zenodo.6418047.
- Norrahmiati (2016) „Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ertiga Di Dealer Suzuki Banjarmasin“, *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(September), Pp. 1–10.
- Pertiwi, M. I., Yulianto, E. And Sunarti (2016) „Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian“, *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 37(1), Pp. 179–186.
- Poeloe, R., Sepang, J. L. And Samadi, R. L. (2016) „Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada Pt. Astra International Tbk, Daihatsu Manado“, *Jurnal Emba*, 4(4), Pp. 1037–1045.
- Rizqi, M. R. And Sutanto, J. E. (2021) „The Influence Of Marketing Mix On Decisions To Purchase Ud Utama Karya Products“, *International Conference On Entrepreneurship (Icoen)*, Pp. 499–509. Doi: 10.18502/Kss.V5i5.8837.
- Sakti, H. T. E. (2021) „Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Sx4 S-Cross Pada Pt. Sejahtera Buana Trada Suzuki Mobil Pekanbaru“, *Jom Fisip*, 8(1), Pp. 1–15.
- Setiawan, W. *Et Al.* (2014) „Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya“, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), Pp. 1–8.

- Setyowati, A., Djawoto And Soekotjo, H. (2020) „Effect Of Service Marketing Mix On Hospital Selection Mediated With Brand Image On Hospital’s Outpatients”, *Peer Reviewed – International Journal*, 4(4), Pp. 1207–1214.
- Shareen, S. And Andayani, N. R. (2018) „Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kara Santan Pt Enseval Putera Megatrading , Tbk”, *Journal Of Applied Business Administration*, 2(1), Pp. 46–59.
- Shige, B., Hariyanti And Tiningrum, E. (2020) „Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kabupaten Sukoharjo”, *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 7(2), Pp. 144–153.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015) *Manajemen Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Pt. Buku Seru.
- Suparni And Istiyanto, J. (2022) „Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ukm Batik Solo”, *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(1), Pp. 69–77.
- Tjiptono And Chandra (2016) *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuningsih, H. D. (2016) „Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Di Dealer “Trijaya Motor” Surakarta”, *Journal Speed*, 8(2), Pp. 52–60.
- Wibowo, Ilham, D. And Asdiany, D. (2021) „Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rm Ayam Bakar Wong Solo Di Cipete”, *Jurnal Tadbir Peradaban*, 1(1), Pp. 54–49.