

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, A. (2022). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk susu dancow. *Insight Management Journal*, 2(3), 91–99.
<https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.179>
- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Azzwars Parfum Lubeg Padang. *INA-Rxiv*, 1–12.
- Barcelona, O., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Justiti Motor Lembata. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 34.
<https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23560.34-42>
- Elly, R. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(February), 7–12.
- Erlangga, R., Tampi, J. R. E., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Halu Kopinspirasi. *Jurnal Productivity*, 197–202.
- Evan, H., & Christian, S. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Buono Pulp Di Surabaya. *Performa*, 4(3), 446–456.
<https://doi.org/10.37715/jp.v4i3.1658>
- Iqbal, M. (2020). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Bintang Lima Kota Palembang. *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)*, 1(2), 145–162. <https://doi.org/10.35908/ijmpro.v1i2.21>
- Irene, O., Madiono, E., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2018). *KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CHANG TEA DI SURABAYA*. 6(2), 2–7.
- Islam, B., Tulungagung, I., Fadila, H. A., & Astutiningsih, S. E. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan*. 7(1), 108–119.
- Sumarsid & Paryanti, A.B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.
<https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Dharma, S.W. (2019). *Pengaruh lokasi, harga, dan promosi dalam keputusan pembelian produk kanzenna food*. 4.

- Nasution, A. E., Pratami, L., Muhammad, P., & Lesmana, T. (2019). *Analisis Pengaruh Harga , Promosi , Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan*. *1(1)*, 165–173.
- Natakusumah, F. A., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ina Cookies Bandung). *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, *9(1)*, 34–49. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v9i1.2785>
- Oktaviani.J. (2018). JURNAL PLANS, Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis. *Sereal Untuk*, *51(1)*, 51.
- Osta Nababan, B., & . J. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Club Di Kota Bogor. *Economicus*, *13(2)*, 101–112. <https://doi.org/10.47860/economicus.v13i2.169>
- Permana, M. V. (2013). Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, *4(2)*, 115–131.
- Ernawati, D. (2019). *PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK*. *7*, 17–32.
- Puspitaningrum, Y., & Damanuri, A. (2022). *Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan*. *2(2)*, 289–304.
- Rezki, M. A., & Hapsari, D. R. (2019). Efektivitas Strategi Promosi Produk Kopi Lokal Di Rumah Kopi Ranin. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, *17(1)*, 38–54. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.17.1.38-54>
- Rivaldo, Y., Kamanda, S. V., & Yusman, E. (2022). *The Effect Of Products , Promotions And Prices On Mizon ' s Purchasing Decision At Alfamart Sungai Harapan*. *6(36)*, 2393–2399.
- Rumengan, G., Tumbel, A. L., Djemly, W., Rumengan, G., & Tumbel, A. L. (2022). the Effect of Price Perception, Promotion, and Product Quality on Consumer Purchase Decisions on Oppo Smartphone Products in Manado. *Jurnal EMBA*, *10(2)*, 40–50.
- Shareen, S., & 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)*, 46–59. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.762>
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & R & D. Bandung : Alfabeta
- Suharso, A. A. P. (2020). The Effect of Products and Prices on Purchasing

Decisions of Health Food. *Management and Economic Journal (MEC-J)*, 4(2), 175–184. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v4i2.9209>

Sumanti, G. A. W., Ismail, D., & Widhyadanta, I. G. D. S. A. (2022). Pengaruh produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(12), 3601–3625. <https://doi.org/10.22334/paris.v1i12.265>

Sundari, F., Purba, P. Y., Winata, T., & Wijaya, W. (2021). *Jurnal Mantik Effect Of Price , Location , And Promotion On Purchasing Decisions At Sam City*. 5(36), 394–401.

Tambayong, J. D., Silvy, L. M., & Imelda, W. J. O. (2021). Analisis Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Ayam Penyet Sugi Rasa Khas Cirebon Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 131–140.

Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2019). *Jurnal Manajemen dan Bisnis e-ISSN 2621-4199 Volume VIII, No. 01, September 2019. VIII(01)*, 162–175.

Wangarry, C. L., Tumbel, A., Karuntu, M. M., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2018). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI PT . HASJRAT ABADI RANOTANA THE INFLUENCE OF MARKETING MIXTURE ON PURCHASE DECISION OF HONDA MOTORCYCLE AT PT . HASJRAT ABADI RANOTANA*. 6(4).

Wowor, S., Messie, J. D. D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seruput Coffee Company Tomohon Di Masa Pandemi. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1472–1481.