

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, 2014. Manajemen Pemasaran, Analisis untuk Perencanaan Strategi Pemasaran. Yogyakarta : UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Adiyanto, M. R., Kurriwati, N., & ... (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Siap Saji. *Jurnal Administrasi ...*, 1, 23–37.  
<http://ejournalbinainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1720%0Ahttps://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/download/1720/1422>
- Bangsawan, A., & Wulan, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Master Fried Chicken Di Bandar Lampung Pada Masa Pandemi Covid-19. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(9), 1693–1706.  
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i9.226>
- Buchari Alma. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta.
- Chandra, W. A. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Terkait Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Akfix. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 101–110.  
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i3.4850>
- Cholili, R. N., & Rachmi, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Gopay (Studi Pada Konsumen Gofood Di Kota Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6(1), 1–4.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2016). Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi
- Gazali, M., Utomo, S., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Outdoor Merek Eiger di Kota Banjarmasin (Studi Pada Mahasiswa Pencinta Alam Di Kota Banjarmasin). *Smart Business Journal*, 1(1), 9.  
<https://doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12785>
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, June, 126.

- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudean Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76–82. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13.Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisis faktor-faktor bauran pemasaran (4p) terhadap keputusan pembelian pada rumah makan podomoro poigar di era normal baru. *Jurnal EMBA: Jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 9(2).
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Marisa, D., & Atika. (2022). Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 129–138.
- Nittiya Priya, Rico Arifin Si Buea, Gita Sihotang, Deni Faisal Mirza. 2020. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Fastfood Indonesia Cabang Simpang Mataram Medan*. Medan: Universitas Prima Indonesia.
- Radji, D. L., & Kasim, S. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Delizza Pizza Kota Gorontalo. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.37905/aksara.4.1.17-26.2018>
- Silaban, S. E., Elisabeth, E., & Sagala, R. (2019). Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kentucky Fried Chicken (Kfc) Simpang Mataram Medan. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 5(2), 209–228. <https://doi.org/10.54367/jrak.v5i2.534>
- Simanjuntak, C. P., & Drs. Budiono, M. S. (2020). Pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta*, 21(2), 1–17.

- Sofiah, M., Ramadhani, S., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (2023). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis and place ) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah ( umkm ) Analysis of the influence of the 4p marketing mix ( product , price , promotion , place ) on purchasing decisions in msme. 16(2), 122–141.*
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif.* Alfabeta. Jakarta
- Utama, L. H. (2020). Strategi Pemasaran Hubungannya Dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 132–139. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/30269>
- Wivirra Wietama dan Febriansyah, “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sabana Fried Chicken,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 1, No. 1 (2021): 78. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/jmb/article/viewFile/1340/656>