

## DAFTAR PUSTAKA

- Abarca, R. M. (2021). Tujuan manajemen pemasaran. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*.
- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Alice, Ekklesia, Sepriani, L., & Yohana Juwitasari Hulu. (2021). Pengaruh Investasi Penanaman Modal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Melalui Peningkatan Produk Domestik Bruto di Indonesia. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 20(2). <https://doi.org/10.22225/we.20.2.2021.77-83>
- Anggraeni, R. N., & Samboro, J. (2019). Pengaruh Harga Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Di Baegopa ? Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis E-ISSN: 2407-5523 ISSN :2407-3741*, 5(1).
- Arda, M. (2017). Analysis of Effect of Promotion and Word of Mouth on Purchase Decision : Case of Student University of Muhammadiyah Sumatera Utara. *JourAnnual International Conference (AIC) Syiah Kuala University*, 334–341.
- Ardyan, E., & Gunawan, S. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MARK.ON.ID. *PERFORMA*, 6(2). <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2029>
- Asmayanti, Mukhirah, & Fadhilah. (2020). Aplikasi Desain Digital Dalam Dunia Fashion. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 5.
- Assauri, S. (2011). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. In *PT RajaGrafindo Persada, Jakarta*. <https://doi.org/10.1109/ACC.2007.4282338>
- Boris, K., & Grundei, J. (2019). *HR Governance: A Theoretical Introduction - Boris Kaehler, Jens Grundei - Google Buku*. 2019(July 2018).
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Chang, A. Y. P. (2017). A study on the effects of Sales Promotion on consumer involvement and purchase intention in Tourism industry. *Eurasia Journal of*

- Mathematics, Science and Technology Education*, 13(12), 8323–8330.  
<https://doi.org/10.12973/ejmste/77903>
- Dewa, P. A. (2020). Pengaruh Suasana Toko, Dimensi Pengalaman Merek dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Janji Jiwa. In *STIE Perbanas Surabaya*.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1).
- Enre, A. E., Hutagalung, D., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. *Owner*, 4(1). <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.173>
- Fauzi, F., Iba, Z., & Sutoyo, S. (2021). IMPLEMENTASI MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 10(2). <https://doi.org/10.37598/jimma.v10i2.896>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1).
- Haerisma, A. S. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1). <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2831>
- Hardiansyah, R. (2019). PENGARUH SUASANA TOKO, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI DI TOKO ROTI MORNING BAKERY. *JURNAL BENING*, 6(1). <https://doi.org/10.33373/bening.v6i1.1798>
- Kalalo, J. M., Moniharapon, S., & ... (2021). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Produk Amanah Pada Pt. Pegadaian (Persero) Unit Wonasa. *Jurnal EMBA: Jurnal ....*
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2020). Manajemen pemasaran : Jil. 1 / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; Alih Bahasa Bob Sabran. *Jurnal Manajemen Dan Entrepreneurship*, 6(3).
- Kotler dan Armstrong. (2016). Principles of Marketing. *New York: Pearson International.*, 735.
- Lailatus saadah, A. F. M. (2020). *Kualitas Layanan, Harga, dan Citra Merek serta Pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen*. LPPM.

- Manyiwa, S., & Crawford, I. (2019). Determining linkages between consumer choices in a social context and the consumer's values: a means–end approach. *Journal of Consumer Behaviour*, 2(1), 54–70. <https://doi.org/10.1002/cb.89>
- Musfar, T. F. (2020). Manajemen pemasaran bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran. In *Media Sains Indonesia*.
- Mustafa, H. (2019). *Definition of Management*. 1–20.
- Naibaho, R. S. (2017). Peranan Dan Perencanaan Teknologi Informasi Dalam Perusahaan. *Jurnal Warta*, April.
- Nurcholifah, I. (2020). Strategi Bauran Produk Ikonik Umkm Aloevera Di Kota Pontianak. *Jkubs Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1).
- Parker, M., & Terry, L. A. (2017). *Management Teori*.
- Prasetyawan, A. (2019). STRATEGI BAURAN PEMASARAN PERPUSTAKAAN DI ERA DIGITAL. *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 3(1). <https://doi.org/10.17977/um008v3i12019p008>
- Putra Doni, A., & Saputri Marheni, E. (2020). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ONLINE ANGKUTAN KERETA API (Studi pada Stasiun Bandung). *E-Proceeding of Management*, 7(1).
- Rachmawati, V., Dedi, S., & Simatupang, R. A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Niat Berkunjung (Studi Kasus: Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari). *Collaborative Governance Dalam Pengembangan Pariwisata Di Indonesia Yang*, 1(1).
- Riadi, M. (2020). Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan). In *30 Mei 2020*.
- Rusmiati, Abdullah, R., & Tamsah, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Citra Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Solo Kabupaten Wajo. In *YUME : Jurnal of Management* (Vol. 1, Issue 3).
- Saleh, S. (2020). Pengaruh Product Mix (Bauran Produk) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis. Jambura*, 3(2).
- Sudiyanto, T., & -, R. (2019). ANALISIS STRATEGI PRODUK DALAM

UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PT. HTI BUMI PERSADA BANYUASIN. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4).  
<https://doi.org/10.31851/jmwe.v13i4.2707>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. CV Alfabeta.

Sugiyono. (2018a). Metode Peneiltian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi dan R&D). In *Alfabeta Bandung*.

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Sugiyono, D. (2018b). Metode penelitian kuatintatif , kualitatif dan R & D / Sugiyono. In *Bandung: Alfabeta*.

Sundara, D. (2020). PENGARUH CITRA TOKO DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIA KONSUMEN DI RAMAYANA DEPARTEMENT STORE DEPOK. *Mediastima*, 26(2).  
<https://doi.org/10.55122/mediastima.v26i2.33>

Supu, L. P., Lumanauw, B., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Harga Produk, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3).

Surapati, U., & Syariful Mahsyar. (2019). Relationship Between Consumer Behavior, Discounts and Purchase. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Tjia, H. S., Suharno, S., & Kadafi, M. A. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian. *KINERJA*, 14(2).  
<https://doi.org/10.29264/jkin.v14i2.2484>

Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1).

Yohanes, Y., & Sari, W. P. (2019). Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Loyalty Bar Kopi Seru. *Prologia*, 3(1).  
<https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6254>

