

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2019. *Manajemen Pemasaran: Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Akhmad, Nur., Mas'ud Effendi, & Panji D. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di UKM Keripik Tempe Bu Lilik, Malang. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/151522/3/Jurnal.pdf>
- Algyansyah M.M & Devilia S. "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Konsumen Siete Cafe & Garden Bandung)." *e-Proceeding of Management: 2, No.2 (2015)*
- Andriyanto, L., Siti S., & Indah W. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix 7-P*) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum." *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi, 20, No. 1(2020): 26.*
- Assauri, Sofyan, (2010). *Manajemen Pemasaran (Dasar, konsep, dan strategi)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Basith, A., & Fadhilah, F. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk *McDonald's* di Jatiasih Bekasi." *Jurnal Manajemen dan Organisasi. Bekasi.(2018)*
- Basu, Swastha. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BPFE UGM
- Bayu, Triyanto. (2014). *Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian*. Yogyakarta: UNY
- Budi, Armaditya P., & Saino. "Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Surabaya." *Jurnal Manajemen 13, No. 4(2021)*
- Diansyah, Rahmat Meidian P. "Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian." *Media Ekonomi dan Manajemen 32, No. 2(2017)*
- Ekawati, R. E. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Mendominasi Domestic Kepantai Parangtritis." *Jurnal Ekobis Dewantara 1, No. 8(2019): 77-88*
- Erlina, E., & Hermawan, D. "*Marketing Mix on Customer Loyalty at Coffee Shop in Bandung.*" *Aptisi Transactions on Management (ATM) 5, No. 1(2021): 89-96.*

- Fitria, Ersya. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Popcorn di Kotabaru. FEKON-Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen (5th ed.). Semarang: Seri Pustaka Kunci 12.
- Ghozali, I., & Latan. (2015). Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunawan, Antoni., & Tina M. “Analysis of Marketing Mix and Purchasing Decisions (a Study of Kene Kopi Products).” *In International Conference on Entrepreneurship (ICOEN), KnE Social Sciences, (2021): 510–518. DOI 10.18502/kss.v5i5.8838*
- Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2018). *Multivariate Data Analysis. 8 th Edition. United Kingdom: Cengage Learning.*
- Hashim, N., & Hamzah, M. I. “7P’s: A Literature Review of Islamic Marketing and Contemporary Marketing Mix.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 130(2014): 155–159.*
- Hasnah, Yunita., & Totok P., & Roni K. “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Yoghurt di DKI Jakarta.” *Jurnal Agrikultura 2021, 32, No. 2(2021): 168-181.*
- Hendri, Sukotjo., & Sumanto R. A. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (*Product, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence*) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya, *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol.1, No. 2, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*
- Husein, Umar. (2019). Metode Riset Manajemen Perusahaan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan, A. “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Memilih Program Studi (Studi pada Jurusan Akuntansi dan Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Banjarmasin).” *Jurnal Wawasan Manajemen 2, No. 2(2014).*
- Irawan, Wijaya F. (2000). Pemasaran Prinsip dan Kasus Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE
- Istijanto. (2009). Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

- Ivah, R.L., Sri Widayanti, & Sri Tjondro W. “Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Minat Beli Konsumen di Okui Kopi 3.0 Surabaya.” *AGRI-TEK: Jurnal Ilmu Pertanian, Kehutanan dan Agroteknologi* 22, No. 1(2021)
- Kotler, Philip., & Kevin L. K. (2016). *Marketing Management, 15th ed. New York: Pearson Education, Inc.*
- Mabrur. M Arkam. “Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis* 5, No. 1(2020).
- Martawijaya, E.L. & Nurjayadi, M.Y. (2010). *Bisnis Jamur Tiram Di Rumah Sendiri. E.I. IPB Press, Bogor.*
- Muchtadi, D. (2010). *Teknik Evaluasi Nilai Gizi Protein. Bandung: Alfabeta*
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. “Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik).” *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* 06, No. 2(2018).
- Naimah, Siti., Naely A., & Yohanes G.W. “Analisis Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Di C’Bezt Fried Chicken Besuk-Wirowongso, Ajung, Jember.” *Jurnal Ekonomi Manajemen* (2018).
- Nanda, Luh Gede P.T., Nyoman P., Putu Udayani W. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Hijau di Ubud *Organic Market*, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar.” *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata* 09, No. 2(2020).
- Ngainul, Umi Maqnunah. (2020). *Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Ferdi Putra Grosir (Jl. Raden Patah Dsn. Jamban Ds. Cekok Kec. Babadan Kab. Ponorogo). Ponorogo.*
- Nur’aini, Alifia., Amalia W. H., Aprilia S.A., Arya K., & Indra H. (2021). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER, HUBISINTEK 2021.*
- Pandji, Anoraga. (2009). *Manajemen Bisnis. Jakarta: Rineka Cipta*
- Pranadita, Putu. A & Ni Wayan E. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tour Package PT Smiling Tour di Bali.” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 8, No. 11 (2019): 1249-1274.
- Prasetyo, B. & J. L. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif. Cetakan ke 10 Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*

- Prihatiningtyas, Gita & Uswatun C. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Blanco Coffee Yogyakarta.” *Jurnal Riset Manajemen 09, No. 2(2022)*.
- Santi, Awalina N.H. & Era A. Y. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan di Daerah Istimewa Yogyakarta).
- Seftiana, Eka, N.Z. (2019). Pengaruh Poduk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sego Njamoer di Sunrise Mall Mojokerto. <http://repository.unim.ac.id/406/2/Jurnal%20Eka%20Seftiana%20Nur%20Zhakiah.pdf>
- Septiana, Aldila. (2015). Analisis Perilaku Konsumen: Teori & Praktik dalam Bidang Pemasaran. Bangkalan: UTM Press.
- Sholihin, M. & Ratmono, D. (2013). Analisis SEM-PLS dengan Warp PLS 3.0 Untuk Hubungan Non Linier Dalam Penelitian Sosial dan Bisnis. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Sucipto, A. (2011). Sudi Kelayakan Bisnis. Malang: UIN-Maliki Press.
- Sudarsono, D. S. & Kurniawati, D. “Elemen Ekuitas Merek Dalam Keputusan Pembelian Laptop.” *Jurnal Riset Manajemen dan Akutansi 01, No. 1(2013): 18-27*.
- Sudjana, N., & Ibrahim. (2001). Penelitian dan Penilaian Pendidikan. Bandung: Sinar Baru Aglesindo.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Cetakan Kedua puluh enam. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- Sukarno, Wibowo & Dedi S. (2013). Ekonomi Mikro Islam. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sukotjo, Hendri & Sumanto R. “Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price,Promotion, Place,Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya”. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis 01, No. 2(2010): 216-228*.
- Sundoro, Sri., Siti S., & Dadang K. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Legendaris (Studi pada Konsumen Kedai Es Krim Zangrandi Era COVID-19 di Kota Surabaya, Jawa Timur).” *JIAGABI 11, No. 1(2022)*.

- Sutrisno, E. (2020). Manajemen sumber Daya Manusia. Cetakan ke 13. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Strauss, Anselm & Juliet Corbin. (2013). Dasar-dasar Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Thamrin, Abdullah., & Francis T. (2012). Manajemen Pemasaran, cetakan ke-1 April
- Tjiptono. (2014). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian). Jakarta: Gramedia Cawang.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999
- Vellas, Francois, & Lionel B. (2008). Pemasaran Pariwisata Internasional : Sebuah Pendekatan Strategi. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- W, A. & Jogiyanto, H.M. (2009). Konsep dan Aplikasi PLS untuk Penelitian Empiris. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi
- Widayanti, Sri., Ashbaha M., & Indra T. A. (2020). The Impact of Green Marketing Mix on Conumer Purchasing Decisions at O-Jamur Restaurant Grand City Surabaya. Vol. 1 No. 1 (2020): *PROCEEDINGS THE 2<sup>nd</sup> INTERNATIONAL CONFERENCE OF AGRICULTURE (ICA-2)*
- Widiyanto, Gregorius., & Sugandha. (2019). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji. *PRIMANOMICS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 17 No. 1 2019*
- Wowor, S., & J. Massie., & M. Ch. Raintung. “Seruput Coffe Company Tomohon Di Masa Pandemi The Influence Of Marketing Mix Factors On Purchasing Decions At Seruput Tomohon Coffe Company.” *In Times Of Pandemic Oleh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado 1472. 09, No. 3(2021): 1472–1481.*
- Yamin, Sofyan & Kurniawan H. (2011). Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling. Jakarta. Penerbit Salemba Infotek.