

DAFTAR PUSTAKA

- Alfonsius, A., Depari, G. S., & Huang, J. P. (2021). Marketing Mix and Repurchase Intention of Cafe Industry During Covid-19: A Statistical and Data Mining Analysis. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(2), 209.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Andriyanto, L., Syamsiar, S., & Widowati, I. (2020). Analisis pengaruh bauran pemasaran (marketing mix 7-p) terhadap keputusan pembelian di thiwul ayu mbok sum. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20(1), 26-38.
- Anggraeni, L. D., Deoranto, P., & Iksari, D. M. (2015). Analisis persepsi konsumen menggunakan metode importance performance analysis dan customer satisfaction indeks. *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 4(2), 74-78.
- Artaningsih, Luh. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Pada Mini Market ABD Food Mart di Singaraja. *Widya Amerta Jurnal Manajemen Fak. Ekonomi*. 9(1).
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Kabupaten Gresik Dalam Angka 2019*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik.
- Budiawan, W., & Christine. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering suOnline Journal*, 6 (1), 8.
- Dina, D., Evahelda, E., & Purwasih, R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Getas Wah-You terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(1), 94–107.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 120–136.
- Fadhila, F., Munte, S., & Polewangi, Y. D. (2022). Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi COVID-19 Di UKM Cap Rumah Adat Minang Medan. *Jurnal Ilmiah Teknik Mesin & Industri (JITMI)*, 1(1), 53-68.

- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Fatmaningrum, R. S., & et al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1), 1–13.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran) (Cetakan 1)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher
- Gajali, J. AL, Hufron, M., & Rahman, F. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Nasi Bakar Bilmar Adam (Studi Pada Konsumen Nasi Bakar Bilmar Adam di Kecamatan Kumai Provinsi Kalimantan Tengah). *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur, April*, 5–24.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Model. Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi Ke -5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadining, A. F. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Abc Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi). *J@ti Undip : Jurnal Teknik*
- Hanaysha, J. R., Emad, M., Shaikh, A., Arabia, S., & Alzoubi, H. M. (2021). *Importance of Marketing Mix Elements in Determining Consumer Purchase Decision in the Retail Market*. 12(6).
- Harahap, L. K. (2018). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Hariyani, N. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Pestisida Organik secara Online di Landbouw Mart Ketindan. *Jurnal AgroSainTa: Widyaiswara Mandiri Membangun Bangsa*, 4(2), 105–116.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemem*, 17(2), 95–105.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Cetakan*

Keempat. Bandung : CV. Alfabeta.

- Jahroni, Sinambela, E. A., Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2021). Pengaruh Citra Toko, Suasana Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 10234–10241.
- Jogiyanto. (2012). *Metode Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit CV Andi Offset.
- Kaengke, B. L., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2020). Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan n Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli. *Business and Accounting Education Journal*, 1(2), 170–180.
- Khotimah, K., & Jalari, M. (2021). Menguji Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Sukoharjo. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 81–94.
- Kotler, P & G. Armstrong. (2012). *Principle of Marketing, 14 Edition*. USA: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2014). *Marketing Management (15th Ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Edisi 15*. England: Pearson Education.
- Kotler & G. Armstrong. (2018). *Principle of Marketing. Edisi 17*. England: Pearson Education.
- Kushwaha, G. S., & Agrawal, S. R. (2015). An Indian customer surrounding 7P's of service marketing. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 22, 85-95.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kusumawati, R. D., Oswari, T., Yusnitasari, T., Mittal, S., & Kumar, V. (2021). Impact of marketing-mix, culture and experience as moderator to purchase intention and purchase decision for online music product in Indonesia. *Internasional Journal of Bussines Innovation and Research*, 25(4), 475-495.
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(3), 77–84.

- Lamanuk, N. I. B., & Ferrinadewi, E. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Kampoeng Roti di Surabaya. *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER)*, 4(1), 1–9.
- Laten, H. dan Ghazali, I. (2012). *Partial Least Square, Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salembat Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lutfiah, R. I., Widayanti, S., & Winarno, S. T. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Minat Beli Konsumen di Okui Kopi 3.0 Surabaya. *JURNAL AGRI-TEK: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Eksakta*, 22(1), 52–55.
- Ma'rufah, N. A., Deuranto, P., & Silalahi, R. L. R. (2014). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Keripik Kentang Agronas Gizi Food dengan Metode Structural Equation Modelling (SEM)*. 1–8.
- Made, L., Rahayu, P., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43(1), 121–131.
- Mudjanarko, S.W., Sulastri, D., & Wahyuni, A. (2020). *Metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk Mengukur Kinerja Prasarana Kereta Api Melalui Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka
- Munte Sirmas, F., & Polewangi Daeng, Y. (2022). Pengaruh Harga , Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi COVID-19 Di UKM Cap Rumah Adat Minang Medan Cap Rumah Adat Minang Medan. *Ilmiah Teknik Mesin Dan Industri (JITMI)*, 1(1), 53–68.
- Mufreni, A. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54.
- Ningsih, D. R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Puduk di Toko Sari Kelapa Gresik.
- Nopita Sari, D., Afriani, I., Mardiyah, A., & Tinggi Ilmu Pertanian Dharma

- Wacana Metro, S. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen pada Sayuran Organik di Pasar Swalayan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa*, 17(1), 1–13.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54.
- Nuraini, R. A., & Kurnianingsih, H. (2021). Marketing Mix Effect on Purchase Decision of Traditional Jamu Sabdo Palon. *Jurnal Mantik*, 4(4), 2478-2485
- Panjaitan, E., Sinulingga, S., & Wibowo, R. P. (2019). The Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Decision on Bright Gas Product in Medan (Study in PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region I). *International Journal of Research and Review*, 6(October), 205–212.
- Pering, Arya. I. M. A. (2020). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 28–48.
- Purwantoro, P. (2019). Pengaruh Pemilihan Tata Letak Produk, Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Grace Mart Bangun Jaya. *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 12–17.
- Putranto, A. T. (2018). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosir Herbal Di Pondok Aren, Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 35-44.
- Ramadhanti, A. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giant Supermarket Mall Mesra Indah Di Samarinda. *Journal Administrasi Bisnis*, 5(2), 269–282.
- Rini, R., Fakhurrozi, Y., & Akbarini, D. (2017). pemanfaatan daun sebagai pembungkus makanan tradisional oleh masyarakat Bangka (studi kasus di Kecamatan Merawang). *EKOTONIA: Jurnal Penelitian Biologi, Botani, Zoologi dan Mikrobiologi*, 2(1), 20-32
- Rivaldo, Y., Kamanda, S. V., & Yusman, E. (2022). The Effect Of Products , Promotions And Prices On Mizon ' s Purchasing Decision At Alfamart Sungai Harapan. *Jurnal Mantik*, 6(36), 2393–2399.
- Sara, F. M., Ningsih, C., & Andari, R. (2017). Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Café Infinito Culinary Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 4(1), 6–18.
- Sari, D. N., Afriani, I., Zulkarnain, Z., Mardiyah, A., & Maryati, M. (2020). Analisis kepuasan konsumen pada sayuran organik di pasar swalayan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 17(1), 1-13.

- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM). *Academia*, 226.
- Sholihin, Mahfud., & Dwi Ratmono. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan Warp PLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Silaningsih, E. & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora* 9(2): 144-158.
- Sopang, F. I. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Eceran (Retail Marketing Mix) Yang Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen Swalayan Maju Bersama. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2, 1–14.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode penelitian tindakan komprehensif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendra, A., & Prasetyanto, D. W. I. (2016). Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance-Performance Analysis. *RekaRacana: Jurnal Teknil Sipil*, 2(2), 59.
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111-118.
- Suparni, S., & Istiyanto, J. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ukm Batik Solo. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(1), 69–77. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i1.438>.
- Supriyanto, E., & Irawati, Z. (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membeli Sepeda Motor Di Budi Agung Motor Karanganyar*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Management. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Tampubolon, H. (2021). Influence of The Mix of Price , Place , Process on Guest Satisfaction of Grand Orri Berastagi Hotel In 2021. *International Journal of Economic, Technology and Social Sciences*, 2(1), 93–101.
- Tanjung, I. (2021). Analysis of the Effect of Marketing Mix 7P on Purchase Decisions at Sentra Snack Stores. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 125–133.
- Taringan, B. I., Lopian, S. L. . J., & Tampenawas, J. L. . (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Saroha Di Kota Manado. *Jurnal Emba*, 10(1), 491–499.
- Teddy, C., & Devy, N. (2019). Analysis of Service Quality And Customer Satisfaction Using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Perfomance Analysis (IPA) Method in “Jakarta” Optical Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 125–139.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (Cetakan 1) (II Ed.)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Trihastuti, Aselina Endang. (2020). *Manajemen Pemasaran Plus++*. Yogyakarta: Deepublish.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Umariyah, S., & Rum, M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian dan Alternatif Strategi Keripik Gedebok Pisang (Studi Kasus IKM Saeku Kecamatan Soko Kabupaten Tuban). *AGRISCIENCE*, 3(1), 39-57
- Wahyudi, Rizki Andri Tri, and Budhi Satrio. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa PT. Pos Indonesia (Persero) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 8.5
- Wahyuni, T., Nurliza, N., & Kurniati, D. (2017). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Kerupuk Ikan Di Kota Sintang. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 6(1), 101.
- Yudha, E. P., Suryana, D. N., & Sitio, A. A. P. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Perusahaan Multinasional Dunkin Donuts. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agribisnis* (Vol. 6, No. 1,

pp. 392-400).

Yudho, S. K. S., & Agustin, S. (2022). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(8).

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, A. D. (2008). *Services Marketing (5th ed.)*. Singapore: Mc Graw Hill.