

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (Sem) Dalam Penelitian Bisnis*. Andi.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amirullah. (2015). *Populasi Dan Sampel (Pemahaman, Jenis, Dan Teknik)*. Bayumedia Publishing.
- Annisa, P. N., & Ajat Sudrajat. (2022). Analisis Pengaruh Process Dan Physical Evidence Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Cita Rasa Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Kopi Janji Jiwa Jalan Raya Wadas Cikampek). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(17), 351–372.
- Barus, A. F., Harahap, N., & Tumanggor, M. B. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Kandang Pada Pt. Empat Saudara Jaya Kabupaten Deli Serdang. *Journal Economics And Strategy*, 3(1), 1–12.
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach* (E. 13 (Ed.)). Pearson.
- BPS Kabupaten Gresik. (2021). *Kabupaten Gresik Dalam Angka 2021*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik.
- Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Imanuddin, B., Yuliani, Mohdari, H., Dwita, F., Bachtiar, N. K., Lidiana, Sedyoningsih, Y., Abdurohim, Ardyan, E. E., Marlinah, L., Gazali, H., & Rachman, S. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Vol. 1). Ahlimedia Press.
- Ermaya, S. K. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Pada Umkm Kuliner. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(3), 1-14
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Sps*. Badan Penerbit Undip, Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls3.0 Edisi Kedua*. Universitas Diponegoro
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hanaysha, J. R., Al Shaikh, M. E., & Alzoubi, H. M. (2021). Importance Of

Marketing Mix Elements In Determining Consumer Purchase Decision In The Retail Market. *International Journal Of Service Science, Management, Engineering, And Technology*, 12(6), 56–72.

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2022). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu Group

Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen*. PT Intermedia Personalia Utama.

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). *Manajemen Pemasaran (Dasar Dan Konsep)*. CV Media Sains Indonesia.

Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta: Bandung.

Ibad, S., Arifin, R., & Priyono, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (Product, Price, Place, Promotion, Process, People, And Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Jasa Transportasi Cv King Tour And Trave). *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*, 7(2), 167–179.

Irawati, C., & Subagio, H. (2014). Pengaruh Retail Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Giordano Ciputra World Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.

Işoraitè, M. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal Of Research - Granthaalayah*, 4(6), 25–37.

Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). *Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee*. 14(1), 35–43.

Juliandi, A. (2018). *Structural Equation Model Partial Least Square (Sem-Pls) Menggunakan Smartpls* (Vol. 1). Universitas Sumatera Utara.

Kock, N. (2018). *Warppls User Manual : Version 6 . 0*. Texas. ScriptWarp

Kojongian, V., Lopian, S. L. H. V. J., Lumanauw, B., Sam, U., & Manado, R. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Cool Supermarket Tomohon The Effect Of The Marketing Mix On Consumer Buying Interest In Cool Supermarket Tomohon. *Jurnal EMBA*: 9(4), 811-820

Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. Pearson.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edisi 15). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P. T., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Latan, H. (2012). *Structural Equation Modeling, Konsep Dan Aplikasi Menggunakan Lisrel 8,80*. Alfabeta.
- Levy, M., Weitz, A. B., & Grewal, D. (2015). *Retailing Management* (9th Editio). Mcgraw-Hill.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Berbasis Komputer*. Salemba Empat.
- Muqit, A. (2020). *Manajemen Ritel: Strategi Untuk Keunggulan Bersaing*. Polinema Press.
- Nasution, M. F. R., & Yasin, H. (2014). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. *Jurnal Manajemen&Bisnis*, 14(02), 135–143.
- Ngatno, D. D. (2018). *Manajemen Pemasaran*. EF Press Media.
- Ningratri, Y. A. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (3p) Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Stim Sukma Medan. *Riset & E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 3(1), 50–56.
- Nurhidayah, Rahmidani, R., & Syofyan, R. (2019). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Cimory Di Kota Padang. *Ecogen*, 1(4), 967–976.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Raldianingrat, W., & Fitria. (2022). Pengaruh Marketing Mix Dan Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industry Donat Kentang Madona Di Kecamatan Unaaha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Um Metro*, 10(1), 82–96.
- Ramli, M. M., Baruwadi, M. H., & Rauf, A. (2017). Penggunaan Input Produksi Pada Usahatani Padi Sawah Di Desa Bulontio Timur Kecamatan Sumalata. *Agrinesia*, 6(1), 64-70
- Rismaya, T., Muslim, U. B., & Shiddieqy, H. A. (2020). Analisis Mengenai Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Ditinjau Dari Sudut Pandang Syariah (Studi Pada Pengguna Shopee). *Sahid Business Journal*, 1(1), 49–60.

- Saat, S., & Mania, S. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Pusaka Almailda.
- Sadiyah, H., Palinggi, Y., & Adawiyah, R. (2022). Pengaruh Physical Evidence Dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Chanel Distro Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 18(1), 7–13.
- Said, R. (2021). Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Konsumen Membeli. *Jurnal Ilmiah Bongaya (JIB)*. 5(2): 31-39
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep Dan Strategi Pemasaran*. CV Sah Media.
- Saparso. (2021). *The Marketing Process: Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan*. UKRIDA
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis Volume*, 2(1), 45–53.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwijayanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Samudra Biru.
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2), 144.
- Siyoto S, & Sodikin A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Issue February). Literasi Media Publishing.
- Statistik, B. P. (2023). *Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulanan 2019-2023*. BPS.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sulehri, N. A., & Ahmad, M. (2019). Retail Marketing Mix And Trust In Store To Purchase Behavior With The Mediation Of Purchase Intention: A Study Of Retail Industry In Pakistan. *Journal Of Managerial Sciences*, 13(2), 214–233.
- Sunyoto, D., & Mulyono, A. (2022). *Manajemen Bisnis Retail* (Vol. 5, Issue 3). Eureka Media Aksara.
- Surahman, B., Fatma, M., Basyirah, & Erna. (2021). Pengaruh Proses (Process) Dan Fisik (Physical Evidence) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sultan Market Simpang Balek Kecamatan Wih Pesam Bener Meriah. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(11), 104–118.
- Syarofi, M., Rusmini, & Sa'diyah, H. (2022). Pengaruh Harga Produk Dan Faktor

- Budaya Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Pasar Baru Kecamatan Kencong Jember. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 252–261.
- Tania, A. E., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75–84.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tololiu, R. M., Roring, F., Tololiu, R. M., & Roring, F. (2022). Pengaruh Promosi Dan Testimoni Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen Hp Samsung Di Marketplace Facebook (Studi Kasus Pada Toko Mozamart Manado) Influence Of Promotions And Customer Testimonials On Consumer Purchase Interests Of Samsung Hp In The Facebo. *Jurnal Emba*, 10(4), 1110–1121.
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Raja Grafindo.
- Umeze, G. E., & Ohen, S. . (2015). Marketing Mix Strategies And Entrepreneurial Competence: Evidence From Micro Restaurants In Calabar Metropolis, Cross River State, Nigeria. *International Conference In Agricultural Economist, Milano*,
- Walean, R. H., & Karwur, E. N. (2020). The Effect Of Marketing Mix Towards Consumer Purchase Intention In Carrefour Transmart Kawanua. *Klabat Journal Of Management*, 1(2), 20–40.
- Wijayanthi, I. A. T., & Dewi, N. L. K. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toosi Coffee Di Berawa Badung Bali. *Jurnal Economina*, 1(3), 452–465.
- Yonanta, H., & Tresani, N. (2022). *Pengaruh Variasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Rumah Tinggal Di Summarecon Serpong*.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.