

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris. In *Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang. *OSF Preprint*, 1–16.
- 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. <https://doi.org/10.31315/jdse.v20i1.3248>
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta. *Arikunto, Suharsimi 2014*, 53(9), 1689–1699.
- Ariputri, R. K. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Mixue Cabang Semolowaru Surabaya Timur. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Caroline, E., Santoso, I., & Deoranto, P. (2021). Pengaruh marketing mix (7P) dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk Healthy Food Bar di Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 10–19.
- Daud, I., Nurjannah, D., Mohyi, A., Ambarwati, T., Cahyono, Y., Haryoko, A. D. E., Handoko, A. L., Putra, R. S., Wijoyo, H., Ari-Yanto, A., & Jihadi, M. (2022). The effect of digital marketing, digital finance and digital payment on finance performance of indonesian smes. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 37–44. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.006>
- Dewi, O. I. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen Chang Tea di Surabaya. *Agora*, 6(2).
- Edwina, D. E. (2020). Kesadaran Merek Dan Citra Merek Dalam Menentukan Loyalitas Merek Serta Implikasinya Pada Preferensi Merek (Suatu Survey Pada Konsumen Elzatta Di Pasar Baru, Bandung). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–48.
- Eisingerich, A. B., & Rubera, G. (2010). Drivers of brand commitment: A cross-national investigation. *Journal of International Marketing*, 18(2), 64–79. <https://doi.org/10.1509/jimk.18.2.64>
- Erlangga, R., Tampi, J. R. E., & Kalangi, J. a F. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Halu Kopinspirasi. *Jurnal Productivity*, 197–202.
- Ghozali, I. (2014). Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial. In *Least Squares (PLS)*.

- Hair, J. F., Jr., H. G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). A primer on partial least squares structural equations modeling (PLS-SEM). Sage Publications. *Journal of Tourism Research*, 6(2), 211–213.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan. In *Unitomo Press* (Vol. 1, Issue 1).
- Kasih, A. T., Dewi, N. A. S., Budiyati, K., Damayanti, A. P., & Khasanah, V. F. (2023). 2022_Pengaruh Kemasan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mixue. *Green Economy Strategi Menghadapi Krisis Global 2023*, 1, 1–16.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles of Marketing | Pearson. In *Pearson*.
- Kwok, L., Tang, Y., & Yu, B. (2020). The 7 Ps marketing mix of home-sharing services: Mining travelers' online reviews on Airbnb. *International Journal of Hospitality Management*, 90, 102616.
- Larasati, I. D. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*.
- Maulana, R. (2020). Strategi Pemasaran Produk Pikset untuk meningkatkan Daya Saing Volume Penjualan dengan menggunakan Metode SWOT dan Analytical Hierarchy Process (AHP)(Studi Kasus IKM Jayasari Cipaku Ciamis). *Jurnal Mahasiswa Industri Galuh*, 1(01), 87–97.
- Musfar, T. F. (2020). Buku ajar manajemen pemasaran: Bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran. Media Sains Indonesia.
- Naibaho, E. R., Fauzi, A., & Sadalia, I. (2020). *The Effect of Marketing Mix on Satisfaction of Customer Insurance Products Unit Link (Empirical Study in PT AIA Financial Branch Phoenix Medan)*. 7(February), 47–55.
- Parmana, P., Fahmi, I., & Nurrohmat, D. R. (2019). The Influence of Marketing Mix Factors in Purchasing Decision for Wooden Furniture Case of Furnimart Bogor. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(1), 54–64. <https://doi.org/10.17358/ijbe.5.1.54>
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), 62–69.
- Priansa, D. J. (2017). Prilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer Bandung: Alfabeta. Penerbit Lakeisha. Retrieved from <https://books.google.co.id/books>.
- Rambat, L. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Risma, B. S. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Terhadap

Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Bus Damri Pariwisata Candi Borobudur. *SKRIPSI*.

- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126–8137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>
- Sangadji, S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sagu Rasa pada Gabungan Kelompok Tani Tagafura di Kelurahan Jaya Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Fakultas Ekonomi : OPTIMAL*, 13(2), 142–157.
- Saputri, I. D., & Suriyanto, M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 4(2), 134–141.
- Sari, R. M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Sabun Cair Merek Lux (Studi Kasus pada Warga Kelurahan Semper Timur Jakarta Utara). *Maulya Alfika*, 2004, 6–25.
- Setiyawan, D., Utami, H. N., & Aini, E. K. (2017). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan PT. PLN (Persero) Area Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 53(2), 47–55.
- Setyanto, L., Arifin, Z., Jurnal, S. S.-, & 2017, U. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Apple iPhone pada Mahasiswa/Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi. *Administrasibisnis.Studentjournal.Ub ...*, 46(2), 19–27.
- Sholahuddin, S. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah (9P) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 1(2), 103–117.
- Sukanta, Wahyudin, & Muis, M. A. (2022). Marketing Mix Of 4P’S For Customer Perchasing Decisions. *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 3(3), 432–439.
- Sulistiyawati. (2010). Asuhan Kebidanan Kehamilan, Persalinan, Bbl, Dan Nifas. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Tanjung, I. of the E. of M. M. 7P on P. D. at S. S. S. (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. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v1i2.2421>
- Tjiptono, F. (2017). Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing.
- Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84–90.

<http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>

Wiryan, D., & Dewi, E. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Jasa Catering Barokah: Catering Barokah. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1(1), 1–6.

Wowor, S., Messie, J. D. D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seruput Coffee Company Tomohon Di Masa Pandemi. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1472–1481.

Yuliana, I., Rofiq, A., & Ummah, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2450–2466. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2338>