

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M., Fauziyah, S., & Ratni. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kue Bolu Bakar Pada Usaha Rumahan Ibu Yuli Di Desa Pepera Kecamatan Tanah Grogot. *Jurnal Manuhara*, 1(3), 306–318. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i3.267>
- Amanah, F., & Rahmawati, F. (2023). Study of Regularized Generalized Structured Component Analysis to Overcome Multicollinearity in Component- Based SEM. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 20(1), 281–293. <https://doi.org/10.20956/j.v20i1.28069>
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Brunet, J., Colbert, F., Legoux, L. R., S., & Lussier, B. (2018). *Marketing Management*.
- Budi, A. D. A. S., Septiana, L., & Mahendra, B. E. P. (2024). Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas , Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 03(01), 1–11.
- Dasipah, E., & Insani, W. S. (2023). Analisis Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata La Fresa Lembang. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 6(1), 61–74.
- Elliyana, E., Lidiana, Tri Siwi, A., Yeni, S., Habibie, K., Abdurohim, Bayu, I., Ardyan, E. E., Yuliani, Marlinah, L., Mohdari, H., Gazali, H., Dwita, F., Rachman, S., & Bachtiar, N. K. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Ahlimedia Press.

- Hartini, R. A., Fitriah, R., Rahmadina, A., Sc, M., & Hartini, R. A. (2025). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Apotek Al-Ghaniyyah Medica Sekumpul The Effect of Marketing Mix on Consumer Repurchase Intention at Al-Ghaniyyah Medica Pharmacy Sekumpul*. 01(01), 14–19.
- Haryanto, H. N. A., Yuswita, E., Prasetyaningrum, D. I., & Rahman, M. S. (2024). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kuliner Wontonoma di Kota Malang, Jawa Timur. *CENDEKIA : Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 4(4).
- Haryanto, V. N., & Ramadhan, F. (2024). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang : Kualitas Produk , Harga Dan Promosi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 42837–42844.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL Smart PLS*. PT Intermedia Personalia Utama.
- Hasanah, U., & Suhada, B. (2022). Pengaruh Program Keluarga Harapan (PKH) Terhadap Penanggulangan Kemiskinan di Kota Metro (Studi Kasus Kecamatan Metro Barat). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(4).
- Hulu, Y. W., Mendrofa, S. A., Gea, N. E., & Zai, K. S. (2023). Analisis Promosi Hubungannya Dalam Peningkatan Penjualan Pada Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 807–819.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/49040>
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.

- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). Populasi dan Sampel. In *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Vol. 14, Issue 1). Eureka Media Aksara.
- Iwan, Sopyan, & Purwatiningsih. (2024). Analisis Harga , Lokasi Usaha dan Kualitas Produk Terhadap Minat Membeli Ulang Mie Gacoan ( Studi Kasus Di Kota Jakarta Barat ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4, 42–49.
- Junaidi. (2021). Aplikasi Amos dan Struktural Equalition Mode (SEM). In *UPT Unhas Press*. Unhas Press.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*.
- Krismayanti, D., & Sutabri, T. (2023). Analisis IT Service Management (ITSM) Pada Layanan Administrasi Mahasiswa STIPER Sriwigama Menggunakan Framewok ITIL V3. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(3), 190–195. <https://doi.org/10.31004/ijmst.v1i3.149>
- Marbun, B. M., Ali, H., & Dwikotjco, F. (2022). Model Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang: Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(3), 571–586. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i3.66>
- Marbun, M., Hapzi, A., & Dwikoco, F. (2022). *Pengaruh Promosi , Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang*. 3(2), 716–727.
- Mawaddah, M., Rahayu, D., Rahmasari, S., & Dutahatmaja, A. (2024). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Berulang: Produk, Harga, Promosi, Dan Layanan. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 115–127. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.945>
- Mutmainna, B, S., & Thahir, I. M. C. (2025). Indonesian Journal of Digital Business

- Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian di CM Resto & Cafe Kecamatan Kulo Kabupaten Sidenreng Rappang. *Indonesian Journal of Digital Business*, 5(2), 355–364.
- Prasetyo, A. I., & Santoso, B. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Café Kala Seduh. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen*, 12(4).
- Pratama, R., Aisyah, S. A., Putra, A. M., Sirodj, R. A., & Afgan, M. W. (2023). Correlational Research. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 1754–1759. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1420>
- Rizal, R., Shandy, V. R., Rusdi, M. S., & Afriyeni, H. (2024). Kajian Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Rawat Jalan RSUD Sungai Dareh. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta*, 3(2), 58–67. <https://doi.org/10.47233/jppie.v3i2.1518>
- Rizkia, A., Anggraini, T., & Aisyah, S. (2025). *Pengaruh Marketing Mix ( 7P ) Terhadap Repurchase Intention ( Minat Beli Ulang ) Survei Pada Omad Coffee di Kota Medan*. 5(1), 444–463.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Sandi, A., Triwibowo, N. A., Rahmawati, F. K., & Kumolosari, E. (2025). *Pelatihan Computer Aided Design ( CAD ) serta Evaluasi dengan Metode Kuesioner*. 6(3), 1147–1155.
- Santoso, S. N., & Waluyo, M. (2024). The Effect of 7P Marketing Mix on Purchasing Decisions and Repurchases at Mixue Sidoarjo Consumers. *IJIEM - Indonesian Journal of Industrial Engineering and Management*, 5(1), 22.

<https://doi.org/10.22441/ijiem.v5i1.21681>

Setiawan, R., Purnama, I., & Ernawati, S. (2024). Pengaruh Physical Evidence, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Loyalitas Pelanggan Pada Green Cafe Kota Bima. *Journal Scientific of Mandalika*, 5(11), 1–23.

Simarmata, A., Jocom, S. G., & Kaunang, R. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7p) Pada Black Cup Coffee Roaster Di Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 18(3), 699–708.  
<https://doi.org/10.35791/agrsossek.v18i3.44693>

Soviyanti, E., & Khairani, Z. (2024). *Manajemen Pemasaran Efritia Soviyanti Zulia Khairani i*. LPPM Unilak.

Sudibyoy, T. K., Fortune, C., & Dewi, I. C. (2025). Pengaruh Store Atmosphere, Service Quality Dan Social Media Marketing Terhadap Customer Satisfaction Di Spread Cafe By Tootoomoo Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(2), 937–959.  
<https://doi.org/10.31955/mea.v9i2.5713>

Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.

Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UIR Press.

Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2). <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i1.1998>

Suryana, M., & Anggiani, S. (2023). The Role of Marketing Mix (7P'S) Towards Repurchase Intention of Alibaba's Fried Banana in Bandung City. *Journal of Management, Business & Social Science*, 3(3), 67–75.

- Syafitri, D. E., & Nur, M. (2024). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV. Empang Emak Niyah). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2), 191–219. <https://doi.org/10.62108/great.v1i2.736>
- Tafonao, A., Buulolo, P., & Gea, K. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di UD Kies Kecamatan Gomo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Nias Selatan*, 7(1).
- Tanjung, I. (2021). *Analysis of the Effect of Marketing Mix 7P on Purchase Decisions at Sentra Snack Stores*. 1(2), 125–133.
- Thompson, A. A., & Peteraf, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service & Satisfaction*. Andi Offset.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2020). Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling. In *Transportation Systems Planning: Methods and Applications*. Literasi Nusantara.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Solusi*, 21(1), 10–19. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>
- Widjaya, A. R., & Astono, A. D. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Dimensi*, 8(3). <https://doi.org/10.33373/dms.v11i1.4071>

- Wijaya, A., Putra, F. A., Dermawan, I., Slahanti, M., Fitriani, H., Kurniawan, W., Samsudin, U., Rahaayu, S., Hakin, L., & Munadiyan, A. El. (2023). *Manajemen Pemasaran (Marketing Mix 7P Produk Barang dan Jasa)*. 2019.
- Wiranda, S. T. A. (2025). The Effect of Marketing Mix (4P) On Preceived Value, Trust, Purchase, and Repurchase Decision Using SEM Tools. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 8(2), 4939–4950.
- Yoktan, E. D., & Nuswantara, B. (2025). Hubungan Bauran Pemasaran ( 7P ) dengan Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Kenangan Salatiga The Relationship Between Marketing Mix ( 7P ) and Consumer Purchasing Decisions at Kopi Kenangan Salatiga Excel Dionisiyus Yoktan, Bayu Nuswantara. *Mimbar Agribisnis*, 11(1), 1549–1558.