

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, L., & Othman, L. (2022). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Pada De'Pick Cafe & Resto Ujungbatu). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 20(2).
- Afiatmaja, B. R. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di UD Mahmud Pati*. IAIN Kudus.
- Anam, L. K. (2022). *Pengaruh Marketing Mix 4P (Product, Price, Promotions, Place) dan Religiusitas Terhadap Minat Beli di Halal Marketplace Tokopedia*. Universitas Negeri Walisongo.
- Andriani, F. (2021). Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3).
- Arief, S. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Perawatan Kulit pada Klinik Kecantikan DRM Skin Clinic di Makassar. *Jurnal Ad'ministrare*, 3(2).
- Christoper, P. G., & Christian, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Makanan Tradisional di Mey's Kitchen. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 10(10).
- Ermini, Suryati, Najib, M., & Nindiati, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(1).
- Fasha, R., Fahmi, I., & Maulana, A. (2017). How Effective is Marketing Mix in Influencing Retailers' Buying Decision (A Lesson from MOTUL Lubricant Sales in Jabodetabek). *International Journal of Scientific and Research Publications*, 7(8).
- Felisa, W. M., dkk (2021) Analysis of Marketing Mixed Factors (4P) on Purchase Decisions at Podomoro Poigar Eating House in New Normal Era. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 111 (9)
- Galih, A. (2023, Februari, 23). Coffee Shop Menjamur di Solo, Paling Banyak di Laweyan. *Solopos Bisnis*. Diperoleh tanggal 20 Januari 2024, dari <https://bisnis.solopos.com/coffee-shop-menjamur-di-solo-paling-banyak-di-laweyan-1558036>
- Ho, C.-I., Liu, Y., & Chen, M.-C. (2022). Factors Influencing Watching and Purchase Intentions on Live Streaming Platforms: From a 7Ps Marketing Mix Perspective. *MDPI*, 13.

- Khasanah, B. N. (2019). *Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Hana Fashion dan Collection di Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri*. UIN SATU Tulungagung.
- Kotler, Keller. (2009). *A Framework for Marketing Management -4/E*. Bandung: New Jersey Pearson Education
- Kotler, Keller (2016). *A Framework for Marketing Management (Sixth Edition-Global Edition)*. Bandar Lampung: Pearson Prentice Hall
- Krisnawati, D. (2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran dan Jalur Distribusi UMKM di Indonesia (Studi Kasus: UMKM Kuliner Tanpa Restaurant 'Kepiting Nyinyir'). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1).
- Lestari, S. N. I., Adi, B. W., & Setyowibowo, F. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Produk Fashion di Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 7(2).
- Marcelina, J., & Tantra, B. (n.d.). *Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian pada Guest House di Surabaya*.
- Noverisman, R. (2019). *Pengaruh Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ibu Diah Bandar Lampung*. Universitas Lampung.
- Nurhati, D. D. (2020). *Pengaruh Strategi 7P Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan pada PT. BPRS Puduarta Insani Tembung*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Nurmalina, R. (2015). *Pemasaran: Konsep dan Aplikasi* (M. C. Cahadiyat & D. A. Lestari, Eds.; 2nd ed.). IPB Press.
- Ramadhan, B. S. (2022). *Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Minat Konsumen Untuk Melakukan Belanja Kembali (Re-Purchase) di Panyawangan Resto Lombok*. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Rohman. (2019). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda pada PMD Astra Motor Air Upas*. Universitas Muhammadiyah Pontianak.
- Rumiyati, & Syafarudin, A. (2021). The Influence of Service Quality, Marketing Mix, on Bank Customer Satisfaction in the Era Covid-19. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, 2(1).
- Rusdalina. (2016). *Pengaruh Penerapan Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada NC Butik Muslim Palembang*. UIN Raden Fatah Palembang.

- Sanda, A. U. (2019). *Analisis Marketing Mix Terhadap Minat Beli Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Student Mall Unismuh Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- 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).
- Sulaiman, Y., Yusr, M. M., & Ismail, K. A. (2017). The Influence of Marketing Mix and Perceived Risk Factors on Online Purchase Intentions. *International Journal of Research in Business Studies and Management*, 4(9).
- Sutrisno, N. A.-R. R. A., Widodo, J., & Zulianto, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk RM Ayam Bakar Wong Solo Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(2).
- Syapsan, S. (2019). The Effect of Service Quality, Innovation Towards Competitive Advantages and Sustainable Economic Growth: Marketing Mix Strategy as Mediating Variable. *Emerald Sight*.
- Wangge, R. K., & Noni, S. (2021). Strategi Bauran Pemasaran Sayuran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Agribisnis Unisi*, 10(1).
- Winda, J., dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen(Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Family Kopi Di Malang), *e-Jurnal Riset Manajemen*.
- Yakut, D. S. (2021). Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Industri Garment, *media.neliti.com*. Retrieved January 20, 2024 from <https://media.neliti.com/media/publications/255160-analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-e3c8b617.pdf>
- Yuliyanti, F. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Marketing Mix, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Tomira Alfamart Kecamatan Suruh)*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Yosie, A. P. (2019). Pengaruh Bauran Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli pada Kedai Kopi Serasi. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*. (01) 02, 137-144. Retrieved January 20, 2024, from <https://www.ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/84/50>