

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] U. H. Saputro, R. R. Kurniati, and D. Krisdianto, “Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Kaitannya Dengan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Showroom Mobil Bekas Fun Mobil),” *Jiagabi*, vol. 10, no. 1, pp. 155–162, 2021.
- [2] Badan Pusat Statistika, “Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit), 2019-2021,” 2021. <https://www.bps.go.id/indicator/17/57/1/jumlah-kendaraan-bermotor.html>
- [3] E. Shige, Berliando; Hariyanti, Hariyanti; Tiningrum, “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kabupaten Sukoharjo,” *J. Bisnis Dan Ekon.*, vol. 7, no. 2, pp. 144–153, 2020.
- [4] P. Kotler and K. L. Keller, *A Framework for Marketing Management (Sixth Edition-Global Edition)*, Sixth Edit. Pearson Prentice Hall, 2016. [Online]. Available: [http://digilib.ubl.ac.id:80/index.php?p=show\\_detail&id=15979](http://digilib.ubl.ac.id:80/index.php?p=show_detail&id=15979)
- [5] Y. Orinanda, “Analisis Bauran Pemasaran Mobil Bekas Pada CV. Junior Auto Cars Pekanbaru,” Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2021.
- [6] L. H. Rekarti, Endi, “Beberapa Faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Online pada Situs Jual Beli Tokobagus. com,” *J. Ilmu Ekon. dan Sos.*, vol. 2.3, pp. 311–318, 2014.
- [7] F. Alijihadi, A. Barusman, and M. Oktavianur, “Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada PT. Astra Internasional Daihatsu Lampung,” *J. Manaj.*, vol. 6, no. 1, pp. 131–143, 2015.
- [8] G. A. Taroreh, L. Mananeke, and F. Roring, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Pada Pt. Bosowa Berlianmotor Kairagi Marketing Strategy Analysis in Increasing the Sales Volume of Mitsubishi Xpander Cars At Pt. Bosowa Berlian Motor Kairagi,” *Anal. Strateg. 3683 J. EMBA*, vol. 6, no. 4, pp. 3683–3692, 2018.

- [9] T. W. Fia Novita Dewi, H. Akhmad Samhudi, “Analisis Strategi Pemasaran Jasa Guna Meningkatkan Omzet Pada Bengkel Mobil Body Repair Yoga Sebamban,” no. 1, p. 3.
- [10] S. Prabowo, “Pengaruh Minat Konsumen dan Harga Produk ( Studi Kasus Pada Usaha Jual-Beli Mobil Bekas Saudara Motor ),” Universitas Diponegoro Semarang, 2007.
- [11] R. Karina, “Pengaruh Karakteristik Komite Audit dan Auditor Eksternal Terhadap Praktik Manajemen Laba di Indonesia,” *Forum Ekon.*, vol. 22, no. 2, pp. 307–318, 2020.
- [12] R. E. Walpole, *Probability & Statistics for Engineers & Scientists*, Ninth Edit. The University of Texas at San Antonio, 2017.
- [13] W. Budiaji *et al.*, “Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert,” *J. Ilmu Pertan. dan Perikan. Desember*, vol. 2, no. 2, pp. 127–133, 2013.
- [14] S. M. Tanaka Kazuo, “Stability Analysis and Design of Fuzzy Control Systems,” *Fuzzy Sets Syst.*, vol. 45, no. 2, pp. 135–156, 1992.
- [15] S. F. Wibowo, I. Sasmita, and A. K. Murti, “Keputusan Pembelian Mobil Bekas ( Survey Pada Konsumen Melaju Raya Rizky Motor di Wilayah Bekasi Timur ),” *J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. Vol. 4, No, no. 8, pp. 184–200, 2013.
- [16] A. Sudarto and R. Rumita, “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Pos Indonesia Kpc Surabaya Selatan),” *J. Appl. Bus. Adm.*, vol. 4, no. 1–11, 2015.
- [17] A. A. Ulus, “Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada Pt. Astra Internasional Manado,” *J. EMBA*, vol. 1, no. 4, pp. 1134–1144, 2013.
- [18] S. Irani, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas pada Showroom CV. 68 Mobil Medan,” pp. 11–21, 2021.

- [19] T. Widartik, “Analisis Perbandingan Peran Persepsi Harga, Selera Konsumen, Keadaan Ekonomi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian antara Honda Vario dengan Honda BEAT pada PT. Niaga Utama Sejahtera Ponorogo,” Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2017.
- [20] M. L. Paphapin, “A Study of Marketing Mix Strategies Influencing the Intention to Purchase Isuzu MU-X In the Bangkok Metropolitan Area,” Thammasat University, 2020.
- [21] B. Aditi and H. Hermansyur, “Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan,” *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 19, no. 1, pp. 64–72, 2018, doi: 10.30596/jimb.v19i1.1743.
- [22] S. Akhiri, “Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Tipe Nmax,” *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 1, no. 1, pp. 50–63, 2019, doi: 10.37385/msej.v1i1.30.