

4.4 DAFTAR PUSTAKA

- Adhiansyah, A., & Rizkyanfi, M. W. (2020). The influence of marketing mix on customer purchasing decision at the abraham and smith restourant. *The journal gastronomy tourism*.
- Angelina, G., Massie, J., & Gunawan, E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Era Pandemi. *Juenal EMBA*.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Grafindo.
- Astati, A., & Nurwahidah, N. (2013). *An Analysis of the Effect of Marketing Mix Policy Towards the Increase of Canned Meat Sales Volume in PT. Pelita Makmur Makassar*. Makasar: Jurnal Ilmu dan Teknologi Peternakan.
- Dewi, F. M., Sulivyo, L., & Listiawati. (2022). Influence of consumer behavior and marketing mix on product purchasing decisions. *ATM*.
- Evan, H., & Christian, S. (2018). Pengaruh Marketing Mix terhadap keputusan pembelian di biono pulp di surabaya. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Faithoni, A. (2019). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MOBIL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. Bandar Lampung.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heri, H., & Sihombing, S. M. (2018). *Analisis Pengaruh Dimensi Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Honda*. Pekanbaru: INOBIS : Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Jawa Tengah: CV. Eureka Media Aksara.
- Indrawati. (2015). *Metodologi Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ismanto, W., Munzir, T., Tanjung, R., Lestari, L., & Ashari, E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Unrika*.
- Kotler , P. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong. (2017). *Principles of Marketing 17th Global Edition*. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. Pearson College Div.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Muharri, M. N., & Rahmat, M. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Health Wealth International. *Jurnal Mutiara Manajemen*.
- Nabila, S., Halin, H., & Lazuarni, S. (2022). The influence of e-marketing mix on customer purchasing decisions of e-commerce user. *Probisnis:Jurnal Manajemen*.
- Pratama, I., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sulaman Khas Kota Padang. *Jurnal Ecogen*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung : Pustaka Setia.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Pungnirud, B. (2013). The influence of marketing mix on customer purchasing behavior at chatuchak plaza market. *International journal of economics and management engineering*.
- Purwaningsih, E., Huda, N., Muslikh, & Annisariza, N. U. (2018). *MKM : Aspek Hukum dan Manajemen Pemasaran Produk*. Malang: Malang Empatdua Kelompok Intrans Publishing.
- Rombon, V. A., Pelleng, F. O., & Mukuan, D. S. (2021). *Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Handpohone di Toko Bahtera Cell*. Mandao: Productivity.
- Santi, N. A., Haris, I. A., & Sujana, I. (2019). PENGARUH HARGA JUAL DAN VOLUME PENJUALAN TERHADAP PENDAPATAN UD. BROILER PUTRA DI DUSUN BATUMULAPAN KABUPATEN KLUNGKUNG PADA TAHUN 2015-2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian Edisi 6*. Jakarta Selatan: Salemba.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran : Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. (2013). *Teori, Kuesioner, dan Proses Analisis Data Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: CAPS (Cener For Academic Publishing Service).
- Swastha DH, B. (2020). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFPE.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Jawa Tengah: CV. Eureka Media Aksara.
- Yusuf, Agustian, Zulkarnaini, Arya, & Laras. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 583-594.
- Yusuf, M., & Matiin, N. (2022). Analysis of the effect of the marketing mix on Purchasing Decisions. *International Journal of Economics and Management Research*.