

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra. I. M. S., dkk. (2021). *Metode Penelitian Kesehatan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Alfani, S., Widjanarko, B., & Sriatmi, A. (2023). *Analisis Bauran Pemasaran Jasa Dengan Keputusan Pembelian Layanan*. *Jurnal Keperawatan Silampari*, 6(2), 2100-2108.
- Alma, B. (2014). *No TManajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasaitle*.
- Ardianto, E. (2018). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konseo, dan Strategi) Ed. 1,-9.-:* Rajawali Pers.
- Athar, H. S. (2021). *The impact of marketing mix on the purchase decision when borrowing consumer loans*. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 5(1), 40-49.
- Dewasandra, N. S., & Artadita, S. (2024). *Pengaruh Live Streaming dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Produk Giwigewi di Shopee*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4966-4976.
- Fandy, T. (2016). *Service, Quality & satisfaction*.
- Fitriany, N., & Ariyanti, M. (2024). *The Influence of Electronic Service Quality, Sales Promotion, and Product Variation on Purchase Decisions and Satisfaction: a Study on BUKALAPAK*. *International Journal of Current Science Research and Review*, 1256-1261.
- Ghozali. (2018). *Teknik Analisis Data*.
- Hannaresa, C. A., & Hasanah, Y. N. (2023). *Pengaruh Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Shopee*. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 720-726.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hasbi, I., Syahputra, S., Syarifuddin, S., Wijaksana, T. I., & Farías, P. (2022). *The impact of discount appeal of food ordering application on consumer satisfaction in Southeast Asia*. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, 9(6), 978-991.
- Hurriyati, R. (2017). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*
- Izzaty, W., & Imsar, I. (2022). *Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan*

- Pembelian Konsumen Pada PT. Halal Network Internasional (Studi Kasus Masyarakat Desa Harapan Makmur Selatan). Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas SAM Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 9(3), 1558-1573.
- Jervis, E., Afriani, S., & Damarsiwi, E. P. M. (2021). *Marketing Strategy In PT. Raflesia Ocean Logistics Bengkulu City. Jurnal Emak*, 20–28.
- Joko Wijoseno, W., & Ariyanti, M. (2017). Perceived factors influencing consumer trust and its impact on online purchase intention in Indonesia. *International Journal of Science and Research*, 6(8), 961-968.
- Kothari, C. R. (2014). *Research Methodology: Methods and Techniques (3rd ed.)*. New Delhi: New Age International (P) Limited.
- Kotler, P. dan A. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*.
- Kumar, R. (2019). *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners*. India: SAGE Publications.
- Kusumawati, R. D., Oswari, T., Yusnitasari, T., Mittal, S., & Kumar, V. (2021). *Impact of marketing-mix, culture and experience as moderator to purchase intention and purchase decision for online music product in Indonesia. International Journal of Business Innovation and Research*, 25(4), 475-495.
- Muslizar, D., & Saraswati, T. G. (2022). *Effect of Marketing Mix and Electronic Word of Mouth (E-Wom) on Purchase Decisions on Olenka Coffee and Dining in Banda Aceh. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3).
- Mustaqimah, A., Hartoyo, H., & Nurmalina, R. (2019). *Marketing mix effect towards customer satisfaction and loyalty: Case study of Rejuve cold-pressed drinks. Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*, 5(3), 310-310.
- Mutia, A., & Sastika, W. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Bimbingan Belajar (studi Pada Siswa Bimbingan Belajar Sony Sugema College Kota Bandung Tahun 2020). eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Naufal, M. A., Millanyani, H., & Trianasari, N. (2024). *The Influence Of E-Service Quality Dimensions On E-Customer Satisfaction And Its Impact On E-Customer Loyalty Tiket.Com . International Journal of Science, Technology & Management*, 2722 - 4015 .
- Nagara, D. N. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian*

- Produk Pakaian dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 57-64.
- Nareta, A. S. (2023). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Bluder Cokro di Kabupaten Magetan*.
- Nonthapot, S., & Thomya, W. (2020). *The effect of the marketing mix on the demand of Thai and foreign tourists. Management Science Letters*, 10(11), 2437-2446.
- Nuraini, R. A., & Kurnianingsih, H. (2021). *Marketing mix effect on purchase decision of Traditional Jamu Sabdo Palon. Jurnal Mantik*, 4(4), 2478-2485.
- Pandey P. dan Pandey M. (2015). *Research Methodology: Tools and Technique*. Romania: Bridge Center
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemperor*.
- Purwanto, T. A., & Imran, A. I. (2022). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Keputusan Pembelian Brand Haus! Di Kota Bandung. eProceedings of Management*, 9(4).
- Putra, D. A., & Saputri, M. E. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Angkutan Kereta Api (studi Pada Stasiun Bandung. eProceedings of Management*, 7(1).
- Putri, O. M. R. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7P) Terhadap Keputusan Pembelian Puduk di Sari Kelapa (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur)*.
- Rachman, N. D., & Hendayani, R. (2023). *The Effect Of E-Service Quality On Customer Satisfaction Of Cash Recycling Atm Users With Technological Optimism As A Moderating Variable. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IEBAR)*, 2622-4771.
- Raewf, M., & Thabit, T. H. (2018). *The evaluation of marketing mix elements: A case study. International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4), 1-11.
- Rahmah, K., Sumarwan, U., & Najib, M. (2018). *The effect of brand equity, marketing mix, and lifestyle to purchase decision at Maxx Coffee, Bogor. Journal of Consumer Sciences*, 3(2), 01-15.
- Rahmat, M. (2024). *Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Aceh Gayo*
- Rasyid, Fathur. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori, Metode, dan Praktek*. Jawa Timur: IAIN Kediri Press
- Safitri, E., Hindarti, S., & Arifin, Z. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap*

*Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api di Pasar Terpadu Dinoyo Kota Malang. JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan), 7(1), 83-89.*

- Sahir, Syafrida H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia
- Sangadji, S. S. (2021). *Book Chapter Manajemen Pemasaran*.
- Siroj, R. A., Afgani, W., Fatimah, F., Septaria, D., & Salsabila, G. Z. (2024). Metode penelitian kuantitatif pendekatan ilmiah untuk analisis data. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 11279-11289.
- Sugiat, M., & Sudirman, A. (2024). Model Analysis of the Mediation Effect of Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Mitratel Companies: The Role of CRM and Company Reputation as Predictors. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 105-120.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*.
- Suliyanto, S. E., & MM, S. (2017). *Metode penelitian kuantitatif*.
- SUMARTO, L. M. (2022). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BIMBINGAN BELAJAR GANESHA OPERATION KOTA CILEGON*.
- Wahyuni, Molli. (2020). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani
- Walliman, N. (2021). *Research methods: The basics*. Routledge.
- Widodo, A. Dan Yusiana R. (2021). *Metodologi Penelitian: Penentuan Metode dengan Pendekatan PLS-SEM*.
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Usia Sebagai Moderator. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 11(1), 1041-1050.*
- Widyastuti, A. N., Pujiharto, P., Tubastuvi, N., & Santoso, S. B. (2020). *The effect of marketing mix on purchase decisions. Jurnal Manajemen Bisnis, 11(2), 163-176.*
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2017). *Understanding service consumers*. World Scientific Publishing Company.
- Yudho, S. K. S., & Agustin, S. (2022). *Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 11(8).*