

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Diyatma, A. J. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. *Universitas Telkom*, 4(1), 175–179.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Deepublish Publisher.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish Publisher.
- Gede Marendra, I., tabel Kata kunci, F., Pemasaran, B., Pembelian, K., Linear Berganda, R., & Hipotesis, U. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret). *1(3)*, 2598–2823.
- Hapsari, N. T. (2018). *Seluk Beluk Promosi dan Bisnis*. Ar-Ruzz Media.
- Hasbiyadi, Suartini, Mursalim, Djunaid, S., & Masrum, A. A. (2017). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Villa Samata Sejahtera Pada Pt . Sungai Saddang. *Jurnal Ilmiah Boganya (Manajemen & Akuntansi)*, 22, 57–64.
- Haudi, & Wijoyo, H. (2021). *Teknik Pengambilan Keputusan*. ICM Publisher.
- Idris, F. (2015). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Di Toko Fajar Sport Pedurungan Kota Semarang. *Journal of Management*, 4, 1–9. <http://eprints.undip.ac.id/45177/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran (Cetakan 2)*. PT Indeks.
- Morissan. (2015). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Nabilaturrahmah, A., Wiranata, I. A., & Ivona, L. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian KFC Grand Wisata di Masa Pandemi. *Manajemen*, 13(1), 72–80.
- Nurrahmiati. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Eertiga Di Dealer Suzuki Banjarmasin. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(September), 151–156. <http://ejurnal.untag-smd.ac.id/index.php/LG/article/view/2864>
- Pamungkas, S. (2018). *Pengaruh Produk, Tempat, Promosi, Harga Dan Orang Terhadap*

Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi.

- Pramularso, E. Y. (2021). *Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Melalui Promosi Penjualan dan Lokasi Pada PT Bintang Motor Jaya Jakarta*. 15(2), 173–185.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Udayana.
- Ratnasari, A. D., & Harti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4, 1–11. <http://repository.upy.ac.id/id/eprint/238>
- Restika Pralina, & Muhammad Edwar. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE BODY SHOP SURABAYA TOWN SQUARE Restika Pralina. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Volume 01*. www.thebodyshop.co.id,
- Rompas, C. A., Lengkong, V. P. ., & Karuntu, M. M. (2017). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Pada PT Astra Internasional Tbk Daihatsu Cabang Martadinata Manado. *Emba*, 5(3), 4505–4514. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/18652/18490>
- Rumondang, A. (2021). Manajemen Komunikasi Pemasaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 13, Issue April).
- Sipakoly, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Asuransi (Studi Kasus Produk SinarmasMSIG life Link 88 pada PT. Asuransi Jiwa SinarmasMSIG life Cabang Ambon). *Maneksi*, 8(2), 223–229.
- Siregar, S. (2020). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiana, Y. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Primagama (Studi pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Raya Ijen Kota Mojokerto). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(01), 1–9.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.