

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Asnawi dan Masyhuri. 2009. *Metode Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Press.
- Firmasyah Anang. 2019. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya. Qiara Media.
- Ginting Nembah F.H. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung. Yrama Widya.
- Kotler dan Amstrong. 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kuncoro. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lamanuk dan Ferrinadewi. 2020. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Kampoeng Roti di Surabaya*. Jurnal Seminar Nasioanal Ilmu Terapan, 14(1), 1-9.
- Musfiroh. 2019. *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kue Bolu Hj. Enong Martapura*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Palangka Raya

- Mursid, M. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Rangkuti Freddy. 2002. *Creating Effective Marketing Plan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sangadji dan Sopiah. 2012. *Perilaku Konsumen*. UIN-Malang Press. Malang
- Sembiring, Rengkung dan Loho. 2019. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Dunkin Donuts Jalan Sam Ratulangi Kota Manado*. Jurnal Agri-Sosio Ekonomi, 15(1), 99 – 108.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Best Seller*. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wicaksono Ilham S. 2019. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kue Purimas 3 Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. 8(5). 1 - 18
- Wulandari Lu'lu'. 2021. *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kacang Hj. Ellya di Kota Tebing Tinggi*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utama. Medan