

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, and Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Asnawi, and Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Malang: UIN-Maliki Press.
- Erlangga, R, J. R. E. Tampi, and J. A. F. Kalangi. 2020. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Halu Kopinspirasi.” *Jurnal Productivity*: 197–202. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/29548>. [Diakses pada 8 April 2021, 08:46 WIB]
- Firmansyah, M.A. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Cetakan Pertama. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Herlambang, S. 2014. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press.
- Khairat, M. 2020. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rest Area Sasayya Kabupaten Bantaeng.” <http://eprints.unm.ac.id/18660/>. [Diakses pada 1 November, 19:00 WIB]
- Musfar, T. F. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Natakusumah, F, A and A. L. Yuliati. 2016. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ina Cookies Bandung).” *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* 9(1): 34–49. <https://ejournal.unair.ac.id/JMTT/article/view/2785/2014>. [Diakses pada 7 April 2021, 19:28 WIB]
- Pertiwi, M, I, E. Yulianto, and Sunarti. 2016. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Baker ’ S King Donuts & Coffee Di Mx Mall Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*

37(1): 179–86. <https://www.neliti.com/id/publications/87183/pengaruh-bauran-pemasaran-terhadap-keputusan-pembelian-survei-pada-konsumen-bake>. [Diakses pada 8 April 2021, 09:01 WIB]

Pranata, M, and N. Widyawati. 2013. “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bamara Surabaya.*” *ilmu & Riset Manajemen* II(2): 1–15. <https://adoc.pub/pengaruh-bauran-pemasaran-terhadap-keputusan-pembelian-di-ru.html>. [Diakses pada 13 September 2021, 20:39 WIB]

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan Ke-26. Bandung: CV ALFABETA.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan Ke-26. Bandung: CV ALFABETA.

Sujarweni, V. W, and Utami, L. R. 2019. *The Master Book Of SPSS*. Yogyakarta: STARTUP.

Sutrisno, N A R A, J Widodo, and M Zulianto. 2018. “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk RM Ayam Bakar Wong Solo Jember.*” *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial* 12(2): 259–63. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPE/article/view/8568>. [Diakses pada 07 April 2021, 19:22 WIB]

Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

Wowor, S, J. D. D Messie, and M. Ch Raintung. 2021. “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seruput Coffee Company Tomohon Di Masa Pandemi.*” *Jurnal EMBA* 9(3): 1472–81. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35803>. [Diakses pada 13 September 2021, 19:22 WIB]