

DAFTAR PUSTAKA

- Dr. Fenti Hikmawati, M. S. (2019). *metodologi penelitian*. (Vol. 11, Issue 1). PT Rajagrafindo Persada.
- Fitria Halim, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Marisi Butarbutar Efendi, Andriasan Sudarso, Bonaraja Purba, Darwin Lie Sisca, Hengki Mangiring Parulian Simarmata Lalu Adi Permadi, V. N. (2021). *Manajemen pemasaran jasa* (R. Watrianthos (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Hana Afifah, S.Si., M. M., Ir. Agus Suprpto, M. P., Anisa Nur Andina, M. S., Muhammad Alhada Fuadilah Habib, S.Sio., M. A., Ayu Sitanini, S.E., M. P., & Suwali, S.P., M. S. (2023a). *buku ajar pemasaran*. Tiga Cakrawala.
- Harmadji, D. E., Sidjabat, S., Effendi, N. I., Mardianto, D., Pratama, Y., Harahab, D. F., Utami, R. D., Guntarayana, I., Tarigan, B. A., Meigawati, I., Kusumajaya, R. A., Andi, T., & Putra, E. (2022). *pemasaran jasa*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Ibad, S., Arifin, R., & Priyono, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada jasa transportasi CV King Tour and Travel). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 167–179. www.fe.unisma.ac.id
- Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan. *In Jurnal Sains dan Seni ITS (Vol. 6, Issue 1)*.
- Ir. Agustina Shinta, M. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Kurniasari, N. D. (2013). (Studi Kasus pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl . Sriwijaya 11 Semarang). *Skripsi*, 2, 1–12.
- Malang, U. N., Malang, U. N., Malang, U. N., Kuning, U. L., Plan, M., & Analysis, B. (2022). *Bauran pemasran*. 06(02), 1–14.
- Moch Khatamirul Mukminin, Intisari Haryanti, & Amirul Mukminin. (2024). Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Snake Coffee. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*.
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical Evidence) 7P Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119–127.
- Philip Kotler, G. A. (2006). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (ed.); 12th ed.). Erlangga.

- Prof. Dr. Nembah Philip Hartimbul Ginting, S.E., S.H., M. M. (2023). *manajemen pemasaran* (E. Jupri (ed.)). PENERBIT YRAMA WIDYA.
- Puspitayani, I. M. (2015). *Coca-Cola Di Kecamatan Semarang Selatan Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola*. universitas diponegoro.
- Rahma Dian Milinia Desi Atri, Ratih Puspito Ambarkahi rini Yekti Wenny, Dhamayanthi, Dhanang Eka Putra, L. W. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Herdacake Bakery dan Cafe Jember*. 2(1), 52–58. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v2i1.30>
- Rizki Pujiyanto S.E., M. . (2023). *perilaku konsumen*. pustakabarupress.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. CV Jaya Abadi.
- Saputri, S. A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Kualitas Produk, Harga, Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mustika Ratu. *Skripsi*.
- SUGIYONO, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.); KEDUA). ALFABETA,cv.
- Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2018). *sejarah pemasaran dan bauran pemasaran* (J. B. Maramis (ed.)). CV. ISTANA AGENCY.