

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *PENGANTAR MANAJEMEN TEORI DAN APLIKASI* (M. Lettucia (ed.); Cetakan Pe). AE Publishing.
https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Manajemen/9zfvDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen+adalah&printsec=frontcover
- Andriyanto, L., Syamsiar, S., & Widowati, I. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20(1), 26.
<https://doi.org/10.31315/jdse.v20i1.3248>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Arianto, N. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Cipta Media Nusantara.
- Arifin, S. (2019). *PEMASARAN ERA MILENIUM*. CV BUDI UTAMA.
- Arya, D. S. S., Sarjanti, E., & Sutomo. (2023). PENGARUH DAYA TARIK, PELAYANAN DAN JARAK TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PANTAI TANJUNG PAKIS KABUPATEN KARAWANG. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(4), 4290–4300.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran: dasar, konsep & strategi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word Of Mouth (Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. CV Jakad Media Publishing.

- Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Scopindo Media Pustaka.
- Budiyanto, A. (2021). *Pemasaran Jasa Pengertian dan Perkembangan*. Cipta Media Nusantara.
- Bunyamin. (2021). *Manajemen Pemasaran*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish Publisher.
- Hendrajana, I. G. M. R., Darsana, I. M., Mahendra, I. W. E., & Sukaarnawa, I. G. M. (2023). *DASAR-DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.
- Hery. (2019). *Manajemen kinerja*. Grasindo.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76–82.
<https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Hidayatullah, S., Alvianna, S., Estikowati, Rachmawati, I. K., Waris, A., Aristanto, E., & Patalo, R. G. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN PARIWISATA*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Ibrahim, M. B., Sari, F. P., Kharisma, L. puji I., Kertati, I., Artawan, P., Sudipa, I. G. I., Simanihuruk, P., Rusmayadi, G., Muhammadiyah, M., Nursanty, E., & Lolang, E. (2023). *METODE PENELITIAN BERBAGAI BIDANG*

KEILMUAN (PANDUAN & REFERENSI). PT. Sonpedia Publishing
Indonesia.

Indra, I. M., & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. CV BUDI UTAMA.

Khotimah, K., & Jalari, M. (2021). Menguji Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Sukoharjo. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 81–94.

Kotler, P. and L. K. (2017). *Marketing Management*. Pearson Pretice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *prinsip-prinsip pemasaran*. Salemba Empat.

Kurnia, N. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warung IG Bandung*.

Lupiyoadi, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.

Meilani, R., & Kartini, I. A. N. (2020). Pengaruh Product, People, Dan Process Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Ekspedisi Cv. Hitam Oren Express (Hoe) Di Surabaya. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(1), 33–46. <https://doi.org/10.30996/jem17.v5i1.3620>

Mundir, A., & Rahayu, A. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran 4P (Produk, Price, Place, Promotion) Dan Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Di Toko Yunika Jabon Sidoarjo. *Jurnal Mu'allim*, 4(1), 34–52. <https://doi.org/10.35891/muallim.v4i1.2949>

Nasution, M. L. (2017). STATISTIK DESKRIPTIF. *Journal of the American*

Chemical Society, 14(21), 5472–5476. <https://doi.org/10.1021/ja01626a006>

Nugraha, B. (2022). *PENGEMBANGAN UJI STATISTIK: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. CV.

Pradina Pustaka Grup.

Pratama, Y. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar)*. Get Press.

Putra, R. A., & Hanggara, A. (2022). *ANALISIS DATA KUANTITATIF*. CV.

JAKAD MEDIA PUBLISHING.

Rahmawati. (2022). *APA SAJA VARIABEL PENELITIAN dalam BIDANG MARKETING*.

Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, P. S. T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaludin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S.,

Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021).

Digital Marketing Konsep dan Strategi. Grup Publikasi Yayasan Insan

Shodiqin Gunung Jati.

Ristin, L., & Suprapti, I. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan

Pembelian Produk Jamu Tradisional Madura. *Agriscience*, 1(1), 39–49.

<https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.7785>

Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sample, VARIabel dalam penelitian kedokteran*. PT> Nasya Expanding Management.

Sahabuddin, R., Idrus, M. I., & Karim, A. (2021). *PENGANTAR STATISTIKA*.

Liyana Pustaka.

Samirudin. (2023). *Manajemen Pemasaran dan Nilai Pelanggan*. PT Nas Media Indonesia.

Sandi, K., Habibi, R., & Fauzan, N. (2020). *TUTORIAL PHP MACHINE LEARNING MENGGUNAKAN REGRESI LINEAR BERGANDA PADA APLIKASI BANK SAMPAH ISTIMEWA VERSI 2.0 BERBASIS WEB*. Kreatif Industri Nusantara.

Sawhani, S. K. (2021). *KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE Kualitas website, Keamanan dan Kepercayaan*. Scopindo Media Pustaka.

Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2023). *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*.

Suprpto, R., & Wahyudding, M. Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.

Suryono. (2018). *ANALISIS REGRESI untuk penelitian*. CV BUDI UTAMA.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: prinsip & penerapan*. Andi.

Tresyanto, C. A., & Panjaitan, W. . (2017). *Pemasaran Jasa*. Jakad Media Publishing.

Tulong, D. R. P., Areros, W. A., Program, L. F. T., & Bisnis, S. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Verel Bakery & Coffee. *Ejournal.Unsrat.Ac.Id*, 3(1), 36–40.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/37987>

Tumbuan, W., & Senaen, Lady. (2015). Pengaruh People, Proses, Dan Promosi

Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi
Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1),
345–356.

Utami, A. P. (2016). the Effects of the Marketing Mix on the Cunsumers'
Decisions To Buy At the Minimarket of Kopma of Yogyakarta State
University. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 5(6), 469–476.

Wahjusaputri, S., & Purwanto, A. (2022). *STATISTIKA PENDIDIKAN TEORI
DAN APLIKASI*. CV. Bintang Semesta Media.

Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). *UJI PERSYARATAN ANALISIS*.

