

DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, H. (2018). Humas Sebagai Method of Commucation Dalam Membentuk Image Madrasah. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 161–166. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.397>
- Andoko, J., & Devina, P. (2015). Analisis pengaruh marketing mix (produk, harga, promosi, lokasi) terhadap minat beli konsumen pada Guest Houss Di Surabaya. *Junal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 55–69.
- Andrianto, B., Zaini, O. K., & Ramdani, S. H. (2019). Lokasi Salah Satu Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pada Tori Resto. *Manajemen*, 1–11.
- Arlin, D. V., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kewajaran Harga dan Perkembangan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion pada Dealer Lautan Teduh di Purbolinggo. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1–11.
- Armstrong, P. K. D. G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). ERLANGGA.
- Aruan, J. P. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Nusantara Raya Citra Rantauprapat. *Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia*.
- Arum Whyuni Purbohastuti dan Ami Ayuning Hidayah. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Jumlah Penduduk Sumatra Utara Kota Medan*.
- Basmanta, S. (2021). Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Top Kedai Masa New Normal. *Manajemen Pemasaran*, 1(69), 5–24.
- Fajriani, Hasanuddin Remmang, dan C. (2020). Implementasi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Pembelian Rumah (Studi Kasus Pada Pt Kalimasada Di Berau). *Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 23–26. <https://doi.org/10.35965/jbm.v3i1.591>
- Fajriani, F., Remmang, H., & Chahyono, C. (2021). Implementasi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Pembelian Rumah (Studi Kasus Pada Pt Kalimasada Di Berau). *Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 23–26. <https://doi.org/10.35965/jbm.v3i1.591>
- Febriani Hilikia Mait Bode Lumanauw Reitty Samad. (2022). ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UMKM PABRIK ROTI NABILA BAKERY MANADO. *Jurnal EMBA*, 10(1), 996–1003.
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jesya*, 5(2), 1549–1562. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.773>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakiki, R. (2021). THE INFLUENCE OF PRICES ON PURCHASE DECISIONS AT THE BINANGKIT JAMANIS SOUVENIR SHOP TASIKMALAYA REGENCY. *Jurnal Ekper*, 6(1), 19–31.
- Hermawan, D. J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 100–110. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v9i2.848>

- Hutauruk, K. T. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Kaos merek Cok Ko Tengok di Kota Medan*.
- Hutauruk krisfandi thorkiz. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Kaos merek Cok Ko Tengok di Kota Medan*. 7–27.
- Kamaludin, & Sulistiono. (2013). Kualitas Produk Sebagai Faktor Penting Dalam Pemasaran Ekspor Pada PT. Eurogate Indonesia Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan*, 1–45.
- Kojongian, V., Lopian, S. L. H. V. J., Lumanauw, B., Sam, U., & Manado, R. (2021). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI COOL SUPERMARKET TOMOHON THE EFFECT OF THE MARKETING MIX ON CONSUMER BUYING INTEREST IN COOL SUPERMARKET TOMOHON* Oleh : *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen E-mail: Georfabian93@gmail.c*. 9(4), 811–820.
- Laila, N. A. (2013). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen Studi Pada perumahan Eastern Hills Regency Cipadung-Cibiru*. 4(1), 88–100.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mas'ari, A., Hamddy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79.
- Muhammad Fakhru Rizky Nst, H. Y. (2014). pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama.PT nailah adi kurnia sei mencirim Medan. *Implementation Science*, 39(1), 1–24.
- Nanda Bela Fidanty Shahnaz, W. (2016). faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di toko online. *Physical Review (Series I)*, 32(2), 254–255. <https://doi.org/10.1103/PhysRevSeriesI.32.254>
- Nurbaiti, Y., & Napitupulu, R. H. M. (2020). Pengadministrasian Job Description Karyawan Menggunakan Aplikasi HCIS (Human Capital Information System) di PERUM PERUMNAS. *Jurnal Mahasiswa Bina Insani*, 5(1), 73–85.
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Riandi Andika, D. N. (2018). *PENGARUH KOMITMEN ORGANISASI DAN PENGAWASAN TERHADAP DISIPLIN KERJA KARYAWAN PADA PT ARTHA GITA SEJAHTERA MEDAN*. *Manajeme*, 3, 1–13.
- Said, R. (2021). Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Konsumen Membeli. *Jurnal Ilmiah Bongaya*, 2, 31–39.
- Sakinah, S. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips. In *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* (Vol. 1, Issue 4).
- Sanda, A. ulfa. (2019). Analisis marketing mix terhadap minat beli mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis pada student mall unismuh makasar. *Carbohydrate Polymers*, 6(1), 5–10.

- Sari, B. S. D. N. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan PT.Varindo Lombok Inti. *Universitas Muhammadiyah Mataram*.
- Septi Maulana, Syahfirin Abdullah, L. L. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran, Sosial, dan Kepribadian terhadap Pembelian Hunian Properti di Kota Tangerang Selatan. *Marketing*, 2, 109–118.
- Sofyan, S. (2017). PENGARUH PERIKLANAN, SALES PROMOTION, PERSONAL SELLING DAN PUBLICITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AKSESORIS MOBIL (STUDI KASUS KILAT SERVICE MEDAN) Silvia. *Jurnal SMART*, 1(1), 48–52.
- Sumut, D. (2022). *Jumlah dan Kepadatan Penduduk di Kota Medan Tahun 2022*. [https://www.detik.com/sumut/berita/d-6098240/jumlah-dan-kepadatan-penduduk-di-kota-medan-tahun-2022t=Badan Pusat Statistik \(BPS\) mencatat,Medan mencapai 9.283 jiwa%2Fkm²](https://www.detik.com/sumut/berita/d-6098240/jumlah-dan-kepadatan-penduduk-di-kota-medan-tahun-2022t=Badan%20Pusat%20Statistik%20(BPS)%20mencatat,Medan%20mencapai%209.283%20jiwa%2Fkm%20m2).
- Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2017). Pengaruh bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 43–49.
- Widiyanti, W., & Fitriani, D. (2017). Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Depok. *Cakrawala*, XVII(2), 132–138.
- Widodo Ismanto, T. Munzir, Rona Tanjung, Linayati Lestari, E. A. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Unrika*, 11, 200–210.
- Yanti, P. D. (2020). analisis penerapan marketing mix untuk meningkatkan penjualan souvenir aceh. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154.
- Yordan Andre, Zulkarnain, A. F. A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Minat Dan Keputusan Pembelian Perumahan (Rumah Sederhana) Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 11(1), 1–22. <http://www.albayan.ae>