

DAFTAR PUSTAKA

- Engel, J. (2018). *Consumer Behavior*. Philadelphia.
- Fakhrudin, A. (2022). *Bauran Pemasaran*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Helmi, S. (2014). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. 3. https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=ZjUWxHJWO4AC&oi=fnd&pg=PR3&dq=populasi+adalah+sampel+data+yang+digunakan&ots=8A_FQKB9Kz&sig=UjC10bTzhvMDUt6K0F0mzydmzKg
- Jatmika, A. (2017). *Pengaruh Promosi melalui media sosial Instagram Terhadap keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar*. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/4641>
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan dan Riset Nyata* (1st ed.). Quadrant.
- Keller, P. K. (2018). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana (ed.); 13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. (2018). *Marketing Management*.
- Lestari, A. (2022). *Perilaku Konsumen Asuransi terhadap Keputusan Pembelian*. <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/mk/article/view/873>
- Marcus. (2018). *Analisis Regresi komponen Utama Untuk Mengatasi Masalah Multikolinieritas Dalam Analisis Regresi Linier Berganda*. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/barekeng/article/view/202>
- Meilda, Y. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan*. <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/802>
- Melinasari, S. (2023). *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)* (E. Damayanti (ed.); 1st ed.). Widina Bhakti Persada.
- Muhyi, M. (2018). *Metodologi Penelitian* (L. Nugraheni (ed.)).
- Nasib, Ratih amelia, I. wati. (2019). *Dasar Pemasaran* (Jeperson (ed.)). Deepublish.
- Nugraha, J. P. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril (ed.); I). PT. Nasya Expanding Management.
- Oktavianus. (2019). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv.JustitiLembata*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/download/23560/23217>

- Priyatno, D. (2022). *Mandiri Belajar SPSS*. Mediakom.
- Rachmawati, R. (2016). *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*.
https://www.academia.edu/download/38643336/BAURAN_PEMASARAN.pdf
- Raya, M. (2022). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aldila Resto Disemarang*. <https://core.ac.uk/download/pdf/35374235.pdf>
- River, U. S. (2016). *Consumer Behavior*.
- Riyoko, S. (2020). *Dasar- Dasar Pemasaran*. CV Markumi.
- Salomon. (2018). *Consumer Behavior*. New Jersey.
- Shareen, S. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kara Santan Pt Enseval Putera Megatrading*.
<https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/download/762/548>
- Singh, M. (2018). *Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage*. 40.
- Sudiyono. (2018). *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*.
- Sugiono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Sutopo (ed.); Kedu). ALFABETA.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (26th ed.). ALFABETA.
- Sugiyono. (2020a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.).
- Sugiyono. (2020b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); Kedua). ALFABETA.
- Ulus, A. A.(2017). *Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu pada Pt. Astra Internasional Manado*.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2872>
- Wibowo, L. adi. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. ALFABETA.
- Winih, T. S. (2021). *Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Swalayan Ismart Ponorogo*.
- Zusrony, E. (2016a). *Perilaku Konsumen di Era Modern* (R. Andika (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.
- Zusrony, E. (2016b). *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (Robby andika (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.