

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, W. (2013). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Di Indomaret Unit Panjaitan 2 Plaju Palembang. *Seminar Nasional Informatika, semnasIF*, 270–275. <https://media.neliti.com/media/publications/174962-ID-pengaruh-persepsi-konsumen-terhadap-pemb.pdf>
- Andriano, & Arman. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merk Aviator (Survey Pada Toko Sepeda Di Bangkinang Kota). *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 4(1), 114–123. <https://www.jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi/article/download/98/103>
- Arifin, H., & Kuswarno, E. (2017). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1), 123770. <https://media.neliti.com/media/publications/123770-ID-none.pdf>
- Azmi, M., Suharyono, & Sunarti. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Yang Menggunakan Notebook Asus Di Universitas Brawijaya). *Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 18–184.
- Gajali, J. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Nasi Bakar Bilmar Adam (Studi Pada Konsumen Nasi Bakar Bilmar Adam di Kecamatan Kumai Provinsi Kalimantan Tengah). *Jurnal Riset Manajemen PRODI*, 9(18), 33–53. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/8304>
- Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101. <https://media.neliti.com/media/publications/41359-ID-analisis-pengaruh-produk-harga-distribusi-dan-promosi-terhadap-keputusan-pembeli.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Fifteenth)*. Pearson Education.
- Kusen, C. R. (2022). Evaluasi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rumah Makan Rica Tampurung Manado Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 10(3), 154–164. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/42234>
- Lestari, W., Musyahidah, S., & Istiqamah, R. (2019). Strategi Marketing Mix

- Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 63–84. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i1.5.63-84>
- Mamonto, F. W. (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. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/33281/31477>
- Meliza, M., Wanto, D., & Asha, L. (2020). Persepsi Masyarakat Sukaraja, Rejang Lebong Terhadap Edaran Menteri Agama Nomor: SE. 6. Tahun 2020 Mengenai Tata Cara beribadah Saat Pandemi. *Manhaj: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 9(1), 1–17. <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/manhaj/article/view/3268>
- Morissan. (2015). *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Kencana Perdana Media Group.
- Murniyanti, S., Wibowo, M. R., & Rukmin. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Citra Merek Kentucky Fried Chicken Di Kecamatan Medan Johor. *Jurnal Scenario*, 407–419. <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/scenario/article/download/1213/1085/>
- Nune, S. I., & Ismail, Y. L. (2018). Pengaruh Atribut Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ikan Sagela Olamita Di Ikm Kreatif Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 191–207. <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/download/7020/2174>
- Oktaviani, R. (2013). *Strategi Distribusi Pada Perusahaan garment*. <https://core.ac.uk/download/pdf/33513437.pdf>
- Penalosa, K., & Mugiono. (2017). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada KI Express Cafe Tidar, Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(1), 1–34. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/3490>
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CUSTOMADE (STUDI di MEREK DAGANG CUSTOMADE INDONESIA). *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.26460/jm.v6i1.196>
- Prapti, R. L., & Rahoyo. (2018). Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 20(2), 120–133. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/download/1243/809>
- Prayogi, A., Purwati, A. A., Komardi, D., & Sandria, W. (2021). The Effect

Of Taste Image Product, Service Quality, Corporate Image And Satisfaction On Loyalty At Bakso Mataram. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 62–73.

<https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/article/download/2074/871/>

- Putri, S. E. (2014). Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Promosi (Promotional mix) pada Matahari Department Store Bengkulu. *Managemant Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 45–54. <https://doi.org/10.33369/insight.9.1.45-54>
- Riadi, M., Kamase, J., & Mapparenta. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin). *Journal of Management Science (JMS)*, 2(1), 41–60. <https://pasca-umi.ac.id/index.php/jms/article/download/320/356>
- Safri, H., & Mulfa, B. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Alfamart (Studi Pada Mini Market Alfamart Di Kelurahan Balandai Kecamatan Bara Kota Palopo). *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 7(1), 91–102. <https://moraref.kemenag.go.id/documents/article/98810827380913675>
- Selang, C. A. . (2016). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 71–80. <https://media.neliti.com/media/publications/1521-ID-bauran-pemasaran-marketing-mix-pengaruhnya-terhadap-loyalitas-konsumen-pada-fres.pdf>
- Setyanto, L. E. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Apple iPhone pada Mahasiswa / Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013 / 2014 Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46(2), 19–27. <https://media.neliti.com/media/publications/87927-ID-pengaruh-atribut-produk-terhadap-keputus.pdf>
- Shafaruddin, R., Arkanudin, & Suryadi, A. (2013). Persepsi Mahasiswa Terhadap Upt. Perpustakaan Universitas Tanjungpura. *Jurnal Tesis PMIS-UNTAN-PSS-2013*, *Jurnal PMI*, 1–12. <https://media.neliti.com/media/publications/9437-ID-persepsi-mahasiswa-terhadap-upt-perpustakaan-universitas-tanjungpura.pdf>
- Sianipar, G. (2020). CONSUMER PERCEPTION ON SERVICE OF GRAB CAR IN MEDAN. *Jurnal Ilmiah Semantik*, 4(2), 1–11. <https://simantek.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/download/135/110>
- Sipakoly, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Asuransi (Studi Kasus Produk

- SinarmasMSIG life Link 88 pada PT. Asuransi Jiwa SinarmasMSIG life Cabang Ambon). *Maneksi*, 8(2), 223–229. <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/330/272>
- Stanton, W. J., & Futrell, C. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Sudarti, K., & Iva, A. (2012). Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Melalui Citra dan Service Recovery. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 19(1), 93–109. <https://media.neliti.com/media/publications/24173-ID-menciptakan-kepuasan-dan-loyalitas-pelanggan-melalui-citra-dan-service-recovery.pdf>
- Sudarto, A., & Rumita, R. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pt. Pos Indonesia Kpc Surabaya Selatan). *Industrial Engineering Online Journal*, 4(4). <https://www.neliti.com/publications/189510/analisis-pengaruh-bauran-pemasaran-7p-terhadap-keputusan-pembelian-konsumen-stud#cite>
- Sugesti, S. (2021). Strategi Pemasaran 7 P Restoran Bertema Autentik Di Bale Raos Sebagai Potensi Wisata Kuliner Di Area Keraton Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata*, 19(November), 198–205. <https://doi.org/10.36275/mws>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*.
- Suharsono, A. S., & Yudi. (2016). HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP KESEHATAN DENGAN KESADARAN (MINDFULNESS) MENYETOR SAMPAH ANGGOTA KLINIK ASURANSI SAMPAH DI INDONESIA MEDIKA. *JUPI*, 04(01), 31–52. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jipt/article/download/2876/3531/8200>
- Utari, W. (2011). Analisis Strategi Marketing Mix PT Combiphar serta Pengaruh Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 245–258. [http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/3012/1/Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis%2C Vol.2%2C No. 2%2C Oktober 2011.pdf](http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/3012/1/Jurnal%20Mitra%20Ekonomi%20dan%20Manajemen%20Bisnis%20Vol.2%20No.2%20Oktober%202011.pdf)
- Wahyono, E. H., & Hasiholan, L. B. (2016). Pengaruh Orientasi Service Value, Inovasi Layanan Serta Experiential Marketing Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Usaha Makanan – Minuman. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–10.
- Wulan, W. S., & Pangestuti, M. K. M. E. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Restoran Kayu Manis Tuban). *Administrasi Bisnis*, 38(2), 178–183. <https://media.neliti.com/media/publications/87378-ID-pengaruh-bauran-pemasaran-jasa-terhadap.pdf>

Lupiyoadi,R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat.
Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), Principles of Marketing. Jakarta :
Erlangga.

