

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). Bauran Pemasaran (Marketing Mix). In *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (p. 205). Alfabeta.
- Hasan, A. (2014). *Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry Dan Samsung Android*. 687–706.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(2), 143–158.
- Hotniar Siringoringo. (2004). Peran Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. *Peran Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen*, 100, 125–137.
- I.heryanto. (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://doi.org/2443-2121>
- Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101. <http://doi.org/2443-2121>
- Komalasari, F. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Pembelian Produk Handphone Nokia Eseries. *Jurnal Manajemen*, 100, 1–13.
- Kotler, P. (2002). Produk. In *Manajemen Pemasaran* (p. 448).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016a). Bauran Pemasaran. In *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed., p. 47).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016b). Bauran Pemasaran (marketing Mix). In *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed., p. 51).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016c). Pengertian 7P. In *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed., p. 62).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (12th ed., p. 8).
- Lupiyoadi, R. (2010). Produk. In *Manajemen Pemasaran Berbasis Kompetensi* (3rd ed., p. 28). Penerbit Salemba Empat.
- Miles, M. B., Huberman, M., & Saldana, J. (2014). Reduksi Data dalam analisis data penelitian kualitatif. In *Qualitative Data Analysis (A Methods Sourcebook)* (Edition 3, p. 16). SAGE Publications, Inc.
- Moleong, L. J. (2007a). Definisi Record. In *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Edisi Revi, pp. 216–217). Rosda.
- Moleong, L. J. (2007b). Devinisi Triangulasi. In *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi, p. 330). Rosda.
- Musay, F. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 3(2), 74236.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2012). American Marketing Association (AMA). In *Manajemen Pemasaran* (12th ed., p. 6).
- Ratela, G., & Taroreh, R. (2016). Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk

- Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Kopi Coffee Island. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 460–471. <https://doi.org/10.35794/emba.v4i1.11636>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2014). Keputusan Pembelian. In *Perilaku Konsumen* (Ketujuh). Indeks.
- Setiawan, W., & Sugiharto, S. (2014). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–8.
- Spradley, J. P. (2009). Penelitian Kualitatif. In *Metode Etnografi* (p. 389). Tiara Wacana.
- Sugiyono. (2009). Penelitian Kualitatif. In *Metode penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (p. 390). Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Definisi Dokumen. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (p. 240). Alfabeta.
- Sutopo. (2002). Proses Penelitian Data. In *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*.
- Tjipto, F. (2012). Pengertian Distribusi. In *Strategi Pemasaran* (4th ed., p. 394). Penerbit Andi.
- Tjipto, F. (2010). Pengertian Produk. In *Strategi Pemasaran* (4th ed., p. 95). Penerbit Andi.
- Ulus, A. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada Pt. Astra Internasional Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1134–1144. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2872>
- Yani, A. (2014). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian “Mie Sedaap” (Studi Empiris Pada Masyarakat Kota Boyolali)*.

