

Daftar Pustaka

- Abbas, M., H.A, I., Kessi, M. F., & Tajuddin, I. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Kartu Halo Telkomsel. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 19(2), 195–208. <https://doi.org/10.37476/akmen.v19i2.2980>
- Aditi, B., & Hermansyur, H. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1743>
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Fitriyono, D., & Khuzani. (2014). Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(11), 436. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Prod
Jurnal EMBA, 5(2), 2221–2229. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16521>
- Hijriah, M., Nurnajamuddin, M., & Serang, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Trans Studio Makassar. *Tata Kelola*, 7(1), 78–87. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i1.110>
- Hotniar Siringoringo. (2004). Peran Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. *Peran Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen*, 100, 125–137.

M Dayat. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299–218.

<https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>

Marlius, D. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. *Jurmak*, 03(1), 12–22.

Mobil, P., Pt, D. I., International, A., Malalayang, T. B. K., Pt, I. N., International, A., & Malalayang, T. B. K. (n.d.). *Pengaruh Produk , Harga , Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan*. 4(1), 472–483.

Philp, K. (2002). *Analisis Manajemen Pemasaran , Perencanaan, Impementasi dan Pengendalian*. 1(3), 89.

Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.

Rizqony, A. (2020). Analisis Strategi Marketing Mix Untuk Peningkatan Penjualan Kartu Pra Bayar By.U Pada Pt. Telkomsel Banjarmasin. *EPrints UNISKA*, 1–10.

Rumengan, A. N., Tawas, H. N., & Wenas, R. S. (2015). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pemebelian Mobil Daihatsu Ayla Cabang Manado. *Kualitas... 684 Jurnal EMBA*, 3(2), 684–694.

http://www.rajamobil.com/daftar-harga/mobil-baru/daihatsu_ayla_

Solikhah, M. (2014). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KARTU PRABAYAR SIMPATI (Studi Kasus Pada Pemakai Kartu Prabayar Simpati. *Antimicrobial Agents and*

Chemotherapy, 58(12), 7250–7257.

Ulus Agnes Algrina. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada Pt. Astra Internasional Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1134–1144.

Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 136–146.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>

Wangko, M. (2013). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Panther Pada Pt Astra Internasional – Izuzu Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 541–549.

Wowor, V. R. (2018). Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1231.

