

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar *et.al.* (2021). 2620-Article Text-8844-1-10-20211114. *Communnity Development Journal*, 2(3), 829–834.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Abdillah, W., & Herawati, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(2), 309–325. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>
- Abdullah. (2018). *Berbagai Metodologi dalam Kajian Penelitian Pendidikan dan Manajemen*.
- Adi, W. S. (2019). Pengaruh Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Beras Pada Sumber Rejeki Rice Mill Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal.
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., ... Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Ai, B., Ralahallo, B., Pembelian, K., & Kabar, S. (2021). Keputusan Pembelian Surat Kabar, (1), 88–98.
- Aisya, N. N., & Urumsah, D. (2021). Determinan Intensi Retur Pembelian E-commerce di Indonesia: Model Konseptual. *National Conference on Accounting & Finance (NCAF)*, 3, 1–12. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol3.art1>
- Akbar, A. S., & Edwar, M. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Buku Di Sentral Buku Kampung Ilmu Surabaya. *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 2, 4–17.
- Alam Mufid, M., & Yunus, M. (2020). Pengaruh Online Purchase Return Policy Leniency Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Online Shop Tokopedia Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(4), 715–727. Retrieved from <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Anang, F. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, (August), 336.

- Arief, M. (2017). Peran Penjualan Dalam Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*, 8(2), 164–171.
- Asrida, P. D., Saputra, I. N. T., & Yuntini, N. W. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk Twisterdog. *Jurnal IKIP PGRI Bali*, 1–18.
- Basar, K. et al. (2021). Pengaruh Harga, Produk dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Cuka Apel Karet Pada UD.Bulan Bintang Desa Ranah Air Tiris. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 3(1), 137–148. Retrieved from file:///C:/Users/ahmad/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/A4Y19SLS/74-File Utama Naskah-323-1-10-20211019[1].pdf
- Candra, R. M. (2018). Analisis kinerja bauran pemasaran bakso ikan cv. sakana indo prima, sawangan - kota depok.
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik. *Jurnal Agrimas*, 1(1), 1–10.
- Deoranto, P., Hirmawan, D. A., & Ikasari, D. M. (2014). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Agrowisata dengan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index (Studi Kasus di Wisata Agro Wonosari (WAW) Lawang). *Prosiding Seminar Dan Lokakarya Nasional FKPT-TPI 2014*, 394–402.
- Engkus, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Governansi*, 5(2), 99–109. <https://doi.org/10.30997/jgs.v5i2.1956>
- Fajar, M. B., Rizqahu, A., Paramitha, R. K., Devega, L., & Juhaeri. (2023). Analisis keputusan pembelian berdasarkan atribut kualitas penjualan, 6(1), 205–214.
- Fikhriansyah, A., & Samanhudi, D. (2020). Usulan Perbaikan Strategi Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Dengan Metode Correspondance Analysis Dan Importance Performance Analysis Di Kafe XYZ, 01(05), 25–36.
- Gampong, D. I., Baro, K., & Pesisir, K. K. (2021). 2620-Article Text-8844-1-10-20211114. *Communnity Development Journal*, 2(3), 829–834.
- Gultom, L. S., & Purba, F. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sepatu ALASPAT Pematang Siantar Lia Silvera Gultom, Fariaman Purba.
- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 91. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>
- Himawan, D. A., Deoranto, P., & Ikasari, D. M. (2013). Analisis Strategi Bauran

Pemasaran Agrowisata Dengan Metode Importance Performance Analysis dan CSI (Studi Kasus di Agrowisata Wonosari (WAW) LAWANG) Agrotourism Marketing Mix Strategy Analysis With Importance Performance Anal. *Jurnal Unbraw*.

Himmatul, A. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1.

Husein Umar. (2008). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta : Rajawali Press

Irene Dewi, O. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya. *Agora*, 6(2), 2–7.

Irwana, & Purnama, I. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Aisy Drink Kota Bima. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(5), 449–457. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view/22739>

Jaelani. (2021). *Teori Organisasi*. (E. Zuzroni, Ed.). Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

Jamaludin, P. (2018). *Pengolahan Aneka Kerupuk & Keripik Bahan Pangan* (1st ed.). Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.

Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, (18210047), 1–12.

Jati, I. W. (2009). Analisis Pengaruh Kompetensi Tenaga Penjualan dan Kualitas Pelayanan dalam Membangun Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Outlet-Outlet Pelanggan PT. Sinar Majapahit Purwokerto). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, VIII(2), 224–239.

Joel, D., Kairupan, I., & Yovanda, A. (2021). Pengaruh Hubungan Masyarakat, Periklanan, dan Word of Mouth terhadap Kesadaran Merek Produk UMKM: Studi kasus pada Toko X Cake and Bakery. *Management*, 1–10.

Koswara, S. et al. (2017). *Produksi Pangan Untuk Industri Rumah Tangga : Keripik Sanjai*. <https://Medium.Com/>. Jakarta: Direktorat Surveilans dan Penyuluhan Keamanan Pangan, Deputi III, Badan POM RI. Retrieved from <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Marolla, S. F. H. (2013). Gambaran Komponen Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Handphone BlackBerry Dan Gaya Hidup Konsumen. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(1), 1–15.

Masfufah, N., & Soebiantoro, U. (2021). Pengaruh citra merek dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen. *Forum Ekonomi*, 23(4), 765–772. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10127>

Mastar, S., Angkasa, M. A. Z., & Julianti, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran

- Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Beras 77 Di Ud. Tanya Dhefyan Desa Baru Tahan Kecamatan Moyo Utara). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 2(1), 8–16.
- Meang, G. F., & Rade, S. D. (2023). Pemenuhan Hak-Hak Konsumen Sebagai Jasa, 1(3), 39–59.
- Mudjnarko, S. W., Et al. (2020). Metode Importance Perdormance Analysis (IPA) untuk Mengukur Kinerja Prasarana Kereta Api Melalui Kepuasan Pelanggan. Scopindo Media Pustaka
- Ningtyas, S. A., Nugroho, J. A., & Sabandi, M. (2017). Pengaruh Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut (Word of Mouth) Dan Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Niat Memilih Bimbingan Belajar Ganesha Operation Di Kabupaten Boyolali Tahun 2017. *Fkip Uns*, 7(2), 1–20.
- Norrohmah, P. (2017). Pengaruh Penjualan Langsung dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(3), 344–351. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v5i3.4419>
- Octavia Isroissholikhah, W. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 121–128. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507>
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–13.
- Pane, D. N., Fikri, M. EL, & Ritonga, H. M. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Serumpun Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–11. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Tangerang: Pascal Books. Retrieved from <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Puspitaningrum, Y., & Aji Damanuri. (2022). Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 289–304. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.977>
- Putri, S. (2020). Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Economic Studies*, 4(2).
- Richo, Y. (2021). Pengantar Desain Produk. *Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer*, (November).
- Riyoko, S. (2020). *Dasar Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: CV Markumi.

- Rizani, C. W., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(2), 366–376.
- Santi, N. W. A., Haris, I. A., & Sujana, I. N. (2019). Pengaruh Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Ud. Broiler Putra Di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung Pada Tahun 2015-2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 116. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20090>
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. 1 (1st ed.). Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Sayuti, R. H., & Hidayati, S. A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Ekonomi Masyarakat di Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 2(2), 133–150. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v2i2.46>
- Setyo Rahayu, D. W. (2019). Efektifitas Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Produk Kosmetik Di Kota Blitar. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(1), 29–40. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i1.754>
- Sinollah, Dewi Nur Maulidiyah, & Mohamad Tody Arsyianto. (2020). Analisis Periklanan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Sketsa Bisnis*, 7(2), 94–105. <https://doi.org/10.35891/jsb.v7i2.1950>
- Sudarmonowati, E., Hartati, N. S., Fathoni, A., & Hartati. (2018). Perakitan Klon Unggul Dan Pemanfaatan Bioresources Ubi Kayu Untuk Mendukung Ketahanan Pangan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Sugiharto, S. (2015). Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Studi Kasus Air Minum Dalam Kemasan(Amdk) Cleo Didaerah Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, 53(9 (AMDK)), 1689–1699.
- Sulistiono, Widjojo, A., & Salman, M. (2016). Pengaruh Biaya Saluran Distribusi Dan Jumlah Tenaga Penjual Terhadap Volume Penjualan Pada Pt Teratai Widjaja. *Jurnal Ilmiah Institut Bisnis Dan Informatika Kesatuan*, 4(2), 069–130.
- Sumarni Saota, Progresif Buulolo, & Samanoi Halowo fau. (2021). Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di UD. TRIAL VELA kecamatan fanayama kabupaten nias selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 135–142.
- Supranto, J. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Jakarta : Rineka Cipta

- Syarifuddin, Silvya L. Mandey, W. J. F. . T. (2021). *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. Suparyanto dan Rosad (2015 (Vol. 5).*
- Tarigan, W. J., Tarigan, V., & Purba, D. S. (2022). Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Pembelian Konsumen Alfamart Perumnas Batu 6 Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 433–444. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1391>
- Togodly, E., Tarore, H. S., & Tumbel, T. M. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Serba Usaha Baliem Arabica Di Kabupaten Jayawijaya. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Utama, aditia edy. (2017). Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi pada CV. Citra Pangan Sejahtera Kec.Bone-Bone), 1–14.
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). Pengaruh Tenaga Penjual, Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Tirta Alam Jaya Raya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. Retrieved from <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Yulianti, Farida, Lamsah dan Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.

