

DAFTAR PUSTAKA

- Ari, S. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 58–66.
<https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.27>
- Fandy, T. (2012). *Strategi Pemasaran* (ke-3). Yogyakarta: Andi.
- Fandy, T. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi offset.
- Gede Marendra, I., tabel Kata kunci, F., Pemasaran, B., Pembelian, K., Linear Berganda, R., & Hipotesis, U. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret)*. 1(3), 2598–2823.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jaminyasa, I. M., Pulawan, I. M., Martadiani, A. A. M., & Amerta, I. M. S. (2017). The marketing mix affect on the consumer buying decision (case study of sausage products at PT. Aroma Denpasar). *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 65–74.
<https://doi.org/10.29332/ijssh.v1n2.44>
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Edisi 15). Global Edition.
- Kotler, Philip, & Kevin, L. K. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Education.
- Masyitoh, D., Hartono, B., Fanani, Z., Java, E., & Java, E. (2017). *Marketing Mix Analysis Affecting on Honey Purchasing Decision in Batu City*. 38, 32–39.
- Mu'afiah, N. (2020). Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(11), 1558–1572. <http://e->

jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/125/69

Rofiq, A., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store Studi Kasus Pada Konsumen Powernoise Store Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(02), 152–167. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/866/860>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik, Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan (Ke-1)*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.

Supriyanto, E. S., Azhad, M. N., & Santoso, B. (2017). *Dampak Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Indomaret Summersari Jember*. 7(1), 58–76.

Suryadi, D. (2011). *Promosi Efektif “Menggugah Minat & Loyalitas Pelanggan.”* Jakarta: PT Suka Buku.

Usman, B. (2017). *Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Multi Kharisma Palembang*. 14(3), 38–54.

<https://money.kompas.com/read/2020/07/10/152826026/pandemi-covid-19-pengaruhi-pola-belanja-apa-yang-jadi-tren?page=all>

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20210415202555-4-238268/1-toko-tutup-tiap-hari-di-ri-jujur-saja-ekonomi-masih-berat/1>