

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Adriansyah, D., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung. *Journal Of Entrepreneurship, Management, And Industry (Jemi)*, 3(3), 123–128. <https://e-resources.perpusnas.go.id/2119/id/publications/423320/pengaruh-promosi-penjualan-terhadap-kepuasan-pelanggan-melalui-keputusan-pembeli>
- Anshar, A., & Mashariono. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(4), 1–16.
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85–94. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.257>
- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). In *Pt Raja Grafindo Persada. Creswel*.
- Bahri. (2018). Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Variabel Lokasi, Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Emosional, Dan Disain Interior Yang Berdampak Pada Tingkat Pembelian. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 8(1), 60. <https://doi.org/10.30588/jmp.v8i1.388>
- Barcelona, O., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Justiti Motor Lembata. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 34. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23560.34-42>
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>
- Budiyatmo, B., Iriani, A., Pendidikan, M. A., Kristen, U., & Wacana, S. (2022). Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(2), 238–252.

- Chaerunnisa, S., Syaifulloh, M., & Harini, D. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Karyawan Pt Bintang Indokarya Gemilang Sebagai Pengguna Shopee. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 3(3), 141–153. <https://doi.org/10.36722/Jaiss.V3i3.1378>
- Chaffey, D., & Ellis Chadwick, F. (2020). Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice (6th Ed.). In *Perason*. https://books.google.co.id/books?id=D9_Ydwaaqbaj&pg=Pa369&lpg=Pa369&dq=Prawirohardjo,+Sarwono.+2010.+Buku+Acuan+Nasional+Pelayanan+Kesehatan++Maternal+Dan+Neonatal.+Jakarta+:+Pt+Bina+Pustaka+Sarwono+Prawirohardjo.&source=bl&ots=Riwnmmfyeq&sig=Acfu3u0hyn3i
- Desrianto, & Afridola, S. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery Di Kota Batam Influence Of Location And Service To Consumer Satisfaction In Coffee Town Bakery In Batam City. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 2020–2033.
- Dewi, C. S. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over. *Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trilogi*, 1(1), 39–49. <https://doi.org/10.21107/Agriscience.V1i1.7785>
- Gozhali, I. (2016). *Statistik Non-Parametrik: Teori Dan Aplikasi Program Spss*. Universitas Diponegoro.
- Gultom, L. S., & Purba, F. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sepatu Alaspat Pematangsiantar. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 1(1). <https://doi.org/10.36985/Manajemen.V1i1.45>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Jurnal Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/Productivity/article/view/32911/31075>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook Of Market Research* (Issue September). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). Public Perception Of Shariah Insurance. *Conference On Islamic Management, Accounting, And Economics (Cimae) Proceeding*, 2, 127–132. <https://www.prosesbayar.com/asuransi-syariah-terbaik/>
- Haryoko, U. B., & Rabani, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi

- Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Abadi Jaya Motor Bogor Ugeng. *Jurnal Ilmiah Feasible Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, 1(2), 147–159. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Hasbiyadi, Suartini, Mursalim, Djunaid, S., & Masrum, A. A. (2017). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Villa Samata Sejahtera Pada Pt . Sungai Saddang. *Jurnal Ilmiah Boganya (Manajemen & Akuntansi)*, 22, 57–64. <https://ojs.stiem-bongaya.ac.id/jib/article/view/144>
- Heryenzus, & Sulistiowati, I. (2018). Pengaruh Sikap Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Pada Online Shop Grostas Import Batam). *Jim Upb (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(1), 19–26.
- Hurek, I. P., & Dabur, F. (2021). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt Happy Dream Batam Center. *Jurnal Manajemen, Stie Bentara Persada Batam*, 72–82.
- Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*.
- Išoraitè, M. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal Of Research -Granthaalayah*, 4(6), 25–37. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v4.i6.2016.2633>
- Kartini, I., Wibowo, E. W., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Berdampak Loyalitas Dalam Berbelanja Online Pada Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(1), 57. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i1.423>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles Of Marketing | Pearson. In *Pearson*.
- Langeveld. (2021). Eva Harfani Program Studi Manajemen , Stie Putra Bangsa Kebumen Saat Ini Globalisasi Telah Mendorong Timbulnya Persaingan Yang Sangat Kompetitif Dalam Dunia Jasa Pendidikan , Maka Berimbang Semakin Banyak Pula Pilihan Sekolah Yang Ada . Untuk Itu , Lembaga. *Google Scholar*, 1–11.
- Leindarita, B. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Keputusan Orang Tua Dalam Memilih Rumah Tahfidz Qur'an. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(10), 3589–3598.
- Mahmud, A. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomika*, 4(2), 93–105.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (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.
- Marendra, I. G. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(3), 2598–2823.
- Mayasari, I., Sugeng, N. W., & Ratnaningtyas, H. (2021). Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan Tradisional. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 135. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i2.4799>
- Muharri, M. N., & Rahmat, M. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt . Health Wealth International (Studi Kasus Masyarakat Desa Marindal I Kec . Patumbak Kab . Deli Serdang). *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(1), 25–36.
- Nurlela, I., Yanti, R. A. E., & Aryansyah, F. (2021). Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan. *J-Kip (Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan)*, 2(3), 179. <https://doi.org/10.25157/j-kip.v2i3.5891>
- 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.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2015). Consumer Behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. *Erlangga*, 2(1), 163.
- Prameswari, C., & Pradana, B. I. (2021). Pengaruh Harga Dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Di Matahari Department Store Malang Town Square. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1(1), 1–13. <http://repository.ub.ac.id/166647/1/ClarissaPrameswari.Pdf>
- Pratama, R. A., & Waluyo, M. (2020). Analisis Pengaruh Marketing Mix 7p Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aquarium Dengan Metode Sem Di Pt. Nisso Bahari Surabaya. *Juminten : Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 1(3), 59–69. <https://doi.org/10.33005/juminten.v1i3.63>
- Pratiwi, N. R., Pradiani, T., & Alamsyah, A. R. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Zama Homewear Malang). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 18–27.
- Reppi, J. R., Mandey, S. L., & Kawet, R. C. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Bengkel Hendra Motor Langowan. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 429–

439.

- Ronsumbre, Y. K., & Telagawathi, N. L. S. (2022). Pengaruh Promosi Dan E-Servqual Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Online Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Tahun 2019). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 17–23.
- Safitasari, C., & Maftukhah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Promosi Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6(3), 311–319. [Http://Maj.Unnes.Ac.Id](http://Maj.Unnes.Ac.Id)
- Salam, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Brand Image, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mesin Parut Di Cv Seneng Bareng Sejahtera. *Manajerial*, 6(01), 82. [Https://Doi.Org/10.30587/Manajerial.V6i01.866](https://doi.org/10.30587/Manajerial.V6i01.866)
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2014). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Penelitian Pemasaran*.
- Saragih, B. (2020). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Perumahan The Anggana Pt Adhi Persada Property Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 21–31. [Https://Doi.Org/10.35137/Jmbk.V8i2.420](https://doi.org/10.35137/Jmbk.V8i2.420)
- Simanjuntak, J. L. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Alfamart Karya Wisata Medan Johor Cabang Medan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1–133. [Https://Journal.Pancabudi.Ac.Id/Index.Php/Jurnalfasosa/Article/View/3554](https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/jurnalfasosa/article/view/3554)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. In *Cv. Alfabeta*.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579–599. [Https://Doi.Org/10.32477/Jrabi.V2i2.487](https://doi.org/10.32477/Jrabi.V2i2.487)
- Suryono, Y., & Tohani, E. (2016). *Inovasi Pendidikan Nonformal*.
- Susilo, Heri; Haryono, Andi Tri; W, M. M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Di Hotel Amanda Hills Bandung. *Maharaja Agrasen Institute Of Management And Technology Journal Of It & Management*.
- Tjiptono, F. (2016). Service, Quality & Satisfaction. In *Andi Offset*.

<https://doi.org/10.1519/jpt.0b013e31826e7d33>

- Van Manen, M., & Max. (2020). Classic Writings For A Phenomenology Of Practice. In *Classic Writings For A Phenomenology Of Practice*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003011798>
- Wijayanti, S. K. (2020). Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa Pada Konsumen Rural: Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa. *Research Journal Of Accounting And Business Management (Rjabm)*, 5(3), 248–253.
- Wulan, W. S., Mawardi, M. K., & Pangestuti, E. (2016). Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Restoran Kayu Manis Tuban). *Administrasi Bisnis*, 38(2), 178–183.
- Yuliani, & Suarmanayasa. (2021). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Poduk Pada Marketplace Tokopedia. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 146–154.
- Yulianto, E., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Kepada Konsumen Kendaraan Merek Toyota Di Univeritas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.