

DAFTAR LITERATUR

- Adinda, N. A.-R., Widodo, J., & Zulianto, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rm Ayam Bakar Wong Solo Jember . *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 12(2), 259-263. doi:10.19184/jpe.v12i2.8568
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (5 ed., Vol. 2). Jakarta: Intermedia.
- Badan Kesatuan Bangsa dan Politik*. (2021, Januari 3). Retrieved Januari 5, 2022, from Pemerintah Kota Metro: <https://info.metrokota.go.id/kantor-kesbang/>
- Buchory, A. H., & Djaslim, S. (2010). *Manajemen Pemasaran* (1 ed.). Bandung: Linda Karya.
- Budi, A. P. (2013). *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: Andi.
- Dewi, O. I., & Sutanto, E. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya . *AGORA*, 6(2).
- Fadila, H. A., & Astutiningsih, S. E. (2021 , Juli). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 108 - 119.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, L. A. (2019, Juli 23). *Gojek rebranding, dan kalahkan Grab soal pengguna aktif bulanan*. Retrieved September 6, 2021, from tek.id: <https://www.tek.id/tek/gojek-rebranding-dan-kalahkan-grab-soal-pengguna-aktif-bulanan-b1Xj29eZz>
- Hasan, A. (2012). *Marketing*. Jakarta: PT Buku Kita.
- Heizer, J., & Render , B. (2015). *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan* (11 ed.). Jakarta: Salemba Empat.

- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 1). Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lasut, C. H. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen untuk Menggunakan Produk Kredit Cepat Aman pada Kantor PT. Pegadaian Di Wilayah Kota Manado. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 112- 126.
- Lupiyoadi , & Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Movanita, A. N. (2019, Juli 9). *Survei: 32 Persen Masyarakat Ketergantungan Transportasi Online*. Retrieved September 5, 2021, from KOMPAS.com: <https://money.kompas.com/read/2019/07/09/200849026/survei-32-persen-masyarakat-ketergantungan-transportasi-online>
- Nadia, W. K. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan. *Journal Ekonomi Bisnis*, 97-104.
- Notoatmodjo. (2012). *Metode Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurdin, A., Suhada, B., & Dacholfany, M. I. (2021). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Pilihan Konsumen. *SIMPLEX: Journal of Economic Management*, 2(1), 100-119.
- Oentoro, D. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Panjaitan, H., & Cahyanto, H. (2017, April). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak Ayam Pedaging di Kabupaten Jombang Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 4(1), 14 - 23.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2013). *Consumer Behavior* (2 ed., Vol. 4). Jakarta: Erlangga.
- Priyatno, D. (2009). *SPSS untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Yogyakarta: Gava Media.

- Sanjaya, S., & Pratiwi, N. (2018). Pengaruh Process dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen . *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 90 - 100.
- Sari, B. P., & Asiati, D. I. (2018, Desember). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Deterjen Total. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 45-58.
- Setiadi. (2010). *Perilaku Konsumen* (4 ed.). Jakarta: Kencana.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset .
- Srikinasih, M., & Samsuri. (2018, Desember). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Visionida*, 4(2), 67-78.
- Stanton, W. J. (1996). *Prinsip Pemasaran* (7 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, & Suwanto. (2014). Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Tipe Supra X 125 Pada Dealer Bhinneka Motor Di Kota Metro. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 8(1), 34 - 49.
- Sukotjo, H., & Radix, S. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Product, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216-228.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia* (1 ed.). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN MEDIA.
- Supranto, J. (2001). *Statistika Teori dan Aplikasi* . Jakarta: Erlangga.
- Taufiqiyah, I. D., & Setyono, H. (2015, Maret). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Samsung Di Yogyakarta. *Jurnal Fokus*, 5(1), 45-55.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (2 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi* (Vol. 2). Yogyakarta: Andi Offset.

Widoyoko, E. P. (2013). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Winardi. (2010). *Manajemen Prilaku Organisasi*. Jakarta: Kencana.

Yazid. (2005). *Pemasaran Jasa: Konsep dan Impelmentasi* (3 ed.). Depok: Ekonisia Fakultas Ekonomi U.

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 1). Yogyakarta: Deepublish.

Zeithaml, V., & Bitner, M. J. (2002). *Service Marketing*. New York: McGraw Hill.