

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Bancin, A. (2016). Analisis bauran promosi dalam meningkatkan volume penjualan angket pada pt. sejahteralestariabadimedan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 17(01), 13–22, tersedia: (<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/rt/context/814/0/29>), diakses 18 November 2023.
- 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), 34–42.
- Christalisana, C. (2018). Pengaruh Pengalaman dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan pada Proyek di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Fondasi*, 7(1), 87–98
- Danupranata, Gita. 2015. *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta : Salemba Empat Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka
- Etta Mamang Sungadji & Sopiah. (2013) *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Offset
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta : CV Budi Utama
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, Ratih. (2015). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta soleha
- Ibad, S. R. A. A. P. (2018). Pengaruh bauran pemasaran jasa (*product, price, place, promotion, process, people, and physical evidence*) terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Riset Manajemen*, 167–179, tersedia : (<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/867/861>), diakses 18 November 2023.
- Imran, & R. R., & Nasfi. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan pada Industri Aluminium Bukittinggi. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 202–212.
- Iqbal, A. I. W. and M. A., & Indradewa, R. (2019). How Product Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction Affect the Purchase Decisions of Indonesian Automotive Customers. *Int. J. Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.100944>

- Jawa Pos. 3 Agustus 2023. *Sengitnya Persaingan Bisnis Jasa Pengiriman di Indonesia*, <https://www.jawapos.com/bisnis/011822320/sengitnya-persaingan-bisnis-jasa-pengiriman-di-indonesia-ini-pilihan-gen-z-saat-berbelanja-online>, diakses 17 November 2023.
- Khotimah, K., & Jalari, M. (2021). Menguji Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Shope Di Sukoharjo. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 81–94.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Delhi: Pearson.
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education.
- Lupiyoadi. (2014). *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Jakarta : Salemba
- Meilani, Revi & Ida Ayu Nuh Kartini. (2020). Pengaruh Product, People, Dan Process Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Ekspedisi Cv. Hitam Oren Express (Hoe) Di Surabaya *Jurnal Ekonomi Manajemen Vol 5 (1)*
- Pour, B.S., Nazari, K., Emami, M. (2013). *The Effects of Marketing Mix in Attracting Customer: Case Study of Saderat Bank in Khhermanshah Province*. *African Journal of Business Management*, 7(34), 3272-3280, tersedia : <https://www.semanticscholar.org/paper/The-effect-of-marketing-mix-in-attracting-Case-of-Pour-Nazari/4bb65871d61528fdad18ee73b4b74d1c13edd7cf>, diakses 24 November 2023.
- Ritonga, Zuriani. (2018). *Buku Manajemen Strategi (Teori Aplikasi)*. Yogyakarta: Deppublish.
- Sari, I. M., Rinaldi, A., Putra, F. G., & Cooperative, T. C. (2020). *Pengaruh Sisa Hasil Usaha (SHU) pada Koperasi Menggunakan Regresi Linear Berganda*. 7(2), 110–120.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tanjung, I. (2021). Analysis of the Effect of Marketing Mix 7P on Purchase Decisions at Sentra Snack Stores. *International Journal of Review Management, Business, and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 125–133.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi Offset.
- Umezal, G.E., Ohen. S.B. (2015). *Marketing Mix Strategies and Entrepreneurial Competence: Evidence from Micro Restaurants in Calabar Metropolis, Cross River State, Nigeria*. *International Conference in Agricultural Economist*, Milano.
- Yudho, S. K. S., & Agustin, S. (2022). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(8), 16.