

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E., Darmi, D., & Rahmah, T. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kreatifitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kerupuk Mulieng Di Kota Beureunuen. *Jurnal Real Riset*, 4(2), 309–317.
- Anggita, E. D., Hoyyi, A., & Rusgiyono, A. (2019). Analisis Structural Equation Modelling Pendekatan Partial Least Square Dan Pengelompokan Dengan Finite Mixture Pls (Fimix-Pls). *Jurnal Gaussian*, 8(1), 35–45.
- Anisa, R. N., Alfiatuni'mah, S., Sany, R. A. M., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Analisis Minat Konsumen terhadap Produk yang Dipromosikan Melalui Media Sosial Facebook pada Remaja dan Dewasa di Wilayah Pedesaan Brebes Selatan, Rembang dan Kudus Jawa Tengah. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(2), 66–79.
- Budiawan, W., & Christine. (2020). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1), 8.
- Candra, Y., Sari, D. P., & Ismail, W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Sale Pisang Purwobakti Muaro Bungo. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 122–138.
- Diansari, B. N., & Suranto. (2023). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Minat beli Konsumen (Studi Kasus Yoi Katsu). *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 3(1), 629–636.
- Dienillah, I., Shadiq, D. C., & Isnaini, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Tamu Hotel Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 32–59.
- Dzikrulloh, A., Muhtarom, A., Sulaeman, M. M., & Santoso, M. H. B. (2022). Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Usaha UMKM. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 833–840.
- Fernando, J., & Salim, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Beli Ulang Celebrity Fitness Metropolitan Mall Bekasi. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 1–20. <https://doi.org/10.46806/jm.v8i2.595>
- Fernos, J., & Ayadi, A. S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Donat Madu Lapai. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 593–604.
- Gianmah, M. R. K. P., & Mulyana, O. P. (2021). Perbedaan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Karakteristik Pengguna Jasa Perawatan Sepatu. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(2), 137–148.
- Harlim, A. W. ., & Siagian, H. (2020). Pengaruh Marketing Mix 7P terhadap

- Purchase Intention pada Coffee Shop yang Berada di Sekitar Jalan Siwalankerto Surabaya. *Jurnal Agora*, 8(2), 1–6.
- Hasanah, N. (2021). *The Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Interest at Ola Restaurant in Amuntai City , Hulu Sungai Utara Regency*. 3(2).
- Irwandi, & Yuniarti, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Dan Dukungan Organisasi Terhadap Kinerja Individu Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Koperasi Di Lampung Selatan)*. 14(1).
- Jagatkirana, I. M. A. K., Sadyasmara, C. A. B., & Arnata, I. W. (2022). *Analysis Of Marketing Mix Factors That Determine Consumer Decisions In Choosing Minimarkets For Shopping In Ungasan Village Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Yang Menentukan Pendahuluan Jumlah minimarket dan toko kelontong di Desa Ungasan mengalami*. 10(3), 279–290.
- Kojongian, V., Lopian, J., & Lumanauw, B. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Cool Supermarket Tomohon. *Jurnal EMBA*, 9(4), 811–820. h
- Leo, G., & Pratama, G. M. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Tabungan E'Batapos Terhadap Minat Beli (Studi: Bank Btn Kc Bandung). *Sigma-Mu*, 5(2), 1–17.
- Lestari, T. A., Affandi, M. I., & Nugraha, A. (2020). Analisis Nilai Tambah Dan Keuntungan Agroindustri Emping Melinjo Di Desa Bernung Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(2), 189. <https://doi.org/10.23960/jiia.v8i2.4052>
- Lutfiah, R. I., Widayanti, S., & Winarno, S. T. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Minat Beli Konsumen di Okui Kopi 3.0 Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Eksakta*, 22(1), 52–55.
- Margaretha, Y. (2021). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Beli Pada Program Magister Manajemen Universitas Kristen Maranatha. *Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan*, 2021(65).
- Marwa, S., Sumarwan, U., & Nurmalina, R. (2021). Bauran Pemasaran memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Asuransi Jiwa Individu. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 7(3), 183–192.
- Mirawati, Warneri, & Okianna. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Toko Roti Gembul Di Pontianak. *Jurnal Pangan*, 5(2), 1–11.
- Nadja, R., & Halimah, S. (2021). Segmentasi Pasar Produk Keripik Pisang Industri Rumah Tangga Morinawa. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(2), 334–342.
- Noer, I., Saty, F. M., & Fitriani, F. (2023). Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Mengonsumsi Produk Minuman Kopi Berdasarkan Atribut Produk (Studi Kasus Kl Coffee Bandar Lampung). *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1), 689.

- Nurhabibah, A., & Murniati, D. E. (2021). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen di Pusat Oleh-Oleh Getuk Goreng Khas Sokaraja Banyumas Jalan Raya Buntu-Sampang. *Pendidikan Teknik Boga*, 5(3), 1–10.
- Prasetyo, A. P., & Cahyani, L. (2021). *Pengaruh Atribut Produk QR Code Terhadap Minat Beli Konsumen Di Perusahaan Authenticguards Bandung 2020*. 7(3), 260–310.
- 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*, 1(3), 59–69.
- Putri, S. I., Yulianti, E., Saputra, G. G., & Ningrum, H. F. (2022). Faktor Penentu Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(1), 29–40.
- Ramadhani, A. F. (2022). Analisis Pengaruh Promosi, Efek Komunitas, Reputasi Perusahaan, Harga dan Kompetensi Tenaga Marketing Terhadap Minat Konsumen. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XII(No.1), 39–68.
- Ratnasari, A., & Kirwani, D. H. (2015). Peranan Industri Kecil Menengah (Ikm) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1(3), 11–17.
- Sari, I., Anindita, R., & Setyowati, P. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) Terhadap Kepuasan Pelanggan Berubah Menjadi Loyalitas Pelanggan Pada Coldplay Juice Soji. *Habitat*, 29(2), 57–64. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2018.029.2.7>
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2), 144.
- Sirait, M. A. D., & Kusumastuti, A. E. (2024). Analisis Keputusan Pembelian Madu Berdasarkan Implikasi 7p Marketing Mix Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di Tawon Rimba Raya Lawang Malang). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 8(1), 17.
- Sitorus, S. A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Personal Selling Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Aras Dinamika Abadimedan. *Jurnal Informatika*, 2(1), 51–59.
- Sudibyo, A. N., & Margo, C. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Perantara di Domicile Kitchen and Lounge. *Jurnal Hospitality*, 2, 460–474.
- Tampi, B. C., Murni, S., & Saerang, I. S. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Produk Geprek Benu Manado the Influnrce of Marketing Mix Strategy on Buyback Intention of Geprek Benu Manado Products. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1808–1818.
- Unteawati, B., Humaidi, E., & Kusmaria. (2022). Pemodelan Loyalitas Konsumen Berdasarkan Kepuasan Terhadap Atribut Produk Madu Suhita Consumer

Loyalty Modeling Based on Satisfaction with the Attributes of Suhita Honey Products. Jppt, 22(3), 216–223.

- Wadud, M. (2018). Bauran Pemasaran Jasa (3 Ps : People, Process & Physical Evidence) Bagi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 21–29.
- Walean, R. H., Harianja, H., & Karwur, E. N. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Carrefour Transmart Kawanua. *Klabat Journal of Management*, 1(2), 20.
- Widyaningrum, N. A. (2017). Dampak Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk *Crispy Rice Crackers*. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 634–641.
- Winartanti, H., & Damayanti, D. (2023). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Pada Indomaret (Studi Pada Indomaret Sewon Bantul). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 3(4), 1210–1232.
- Yudra, T. R. (2022). *Pengaruh Marketing Mix terhadap Minat Beli Konsumen di Mc Donald's Kemang, Jakarta Selatan*. 01(1), 1–27.
- Zakharia, M. S., & Sujianto, A. E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Syariah (7P) terhadap Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Ayam Lodho Pak Yusuf Plosokandang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 835–852.