

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M. P. 2015. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Arikunto. S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Dewi. O.I. dan E.M. Sutanto, 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya. *Jurnal Agora*. 6.(2) : 1-6.
- Erlangga, R. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Halu Kopinspirasi. *E-Jurnal Unsrat* 1.(2) : 197-202.
- Ghozali. I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS*. Edisi Ketujuh. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gitosudarmo, I. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, (Cetakan Keenam) BPFE, Yogyakarta.
- Hamdan dan Y Adiyanto. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo (Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Serang Raya). *Jurnal Sains Manajemen*. 6.(1) : 23-35.
- Hilmi R. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada 212 Mart Banjarmasin. *Jurnal Mitra Manajemen*. 4.(4) : 550-565.
- <https://tekno.kompas.com/read/2020/09/07/10072907/5-besar-vendor-ponsel-di-indonesia-kuartal-ii-2020-oppo-dan-vivo-geser-samsung-20-agustus-2021-14:57>
- Kosasih, F.R. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Star Cell Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. 20.(1) : 39-50.
- Kotler, P. 2013 *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. PT Prehallindo. Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid pertama. Edisi kedelapan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi I. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Masri. S . 2010. *Metode Penelitian Survei*. Penerbit LP3ES. Jakarta.

- Prasetio, R. dan K Laturette. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Chepito Tour & Travel. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 2.(3) : 332-341.
- Priyatno, Duwi. 2010. Paham Analisa Statistic Data dengan SPSS, Cetakan Pertama, Mediakom, Yogyakarta
- Putra, A.P. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki Pada PT Surapita Unitrans Surabaya. *Skripsi*. Program Studi Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
- Simbolon, Y.K. 2013. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program S1 Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen*. Universitas Sumatera Utara.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implikasi*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Keempat. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sujianto, Agus Eko, 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, Cetakan Pertama, PT Prestasi Pustaka Raya, Jakarta
- Tandjung, W.J. 2015. *Marketing Manajemen: Pendekatan Pada Nilai-nilai*
- Thomas.L , E. Soegiarto dan S. Eddy. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Membeli Smartphone Samsung Galaxy Series Di Samarinda. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. 1.(1) : 1-7.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Utami, H.N. dan I.F.A. Firdaus, 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*. 2.(1) : 136-146.
- Utami. A.R. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Freshmode). *Skripsi*. Jurusan Ekonomi Syari'ah. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri. Purwokerto
- Wangarry, C.L. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA*, 6.(4) : 2058 – 2067.
- Yazid, 2014. *Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Penerbit Ekonisia. Yogyakarta.