

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Jasa*. Alfabeta.
- Chesteer I. Barnard. (1938). *The Functions of the Executive*. Harvard University Press.
- Christopher Lovelock, J. W. (2016). *Servis Marketing: People, Tecnology, Strategy* (8 th). Pearson Education.
- Dewi, R., Yuliatti, Maknun, M., Mutahli, R., Aphar, Allamah, D., & Ashar Putra Dwi Dirga. (2023). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jenma)*, 3(3), 648–660.
- Enceng Iip Syaripudin, Robiatul Adawiyah, N., & Muhaimi, K. (2024). Strategi Pemasaran Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Studi Pada Manajemen Bisnis Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah (Manisya)*, 2(1), 1–7. <https://journal.stai-musaddadiyah.ac.id/index.php/manisya/>
- Fandy tjiptono. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (2nd ed.). Andi.
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik (3rd ed.)*. . andi .
- Ika Effendi, N., Harahap, D. F., Nelvia, R., & Marthika, L. D. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Ukm di Kabupaten Bungo. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 1(3), 469–480. <https://doi.org/10.55927>
- Naninsih, N., & Hardiyono. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) 310 Di Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan*, 1(1), 47–61.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemet (15th ed.)* (15 th). Pearson Education.
- Philip Kotler Dan Gary Armstrong. (2021). *Principles of Marketing (18 th Global ed)*. Pearson Edukation Limited.
- Sofjan Assauri. (2020). *Mananjemen pemasaran: dasar, konsep dan strategi*. Raja Grapindo persada .
- Stephen P. Robbins, M. K. C. (2012). *Management*. Pearson.
- Sthepen P. Robbins. (2025). *Teori Organisasi, struktur, Desain, & Aplikasi*. Arcan.

Utami, R., & Hayati, A. F. (2023). Pengaruh Strategi Promosi dalam Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecogen*, 6(1), 97. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v6i1.14405>

