

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Herawati, A. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis *Entrepreneur* : Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, Vol. 2 No. 2, 309-325. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>
- Alam, D. F. 2021. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pada Coffe Omah Kota Bekasi. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Islam 45 Bekasi. Bekasi.
- Angipora, M. 2014. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Kedua*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. 2022. Pemanfaatan Fitur *Instagram* Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan di Kota Palu. *Kinesik*, Vol. 9 No. 2, 176-182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Bayhaki. 2023. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Tjangkir Kopi Kota Bekasi. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Islam 45 Bekasi. Bekasi.
- Dewi, O. I., & Sutanto, E. M. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya. *Agora*, Vol 6. No. 2. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/7775/6983>
- Disparbud 2022. 2022. Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-restoran-rumah-makan-dan-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>. Diakses 19 Oktober 2023
- Fadli, I. 2021. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Siap Saji Pada KFC (*Kentucky Fried Chicken*) Airlangga Mataram. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Mataram. Mataram.
- Fikri, R. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi (Studi pada Konsumen Perumahan Citra Raya City di Jambi). Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin. Jambi.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi Ke-9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gusrita, D. 2018. Pengaruh *Marketing Mix* Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pakaian Wanita Di Kota Padang. *EcoGen*, Vol 1. No 4, 944-954. <http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5674>

- Hardani. 2020. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hartini, & Sudirman, A. 2022. Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hurdawaty, R. 2020. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Domino's Pizza Lippo Karawaci Utara. Jurnal Mandiri, Vol. 4 No. 1, 66-79. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.105>
- Indrajit, R. E. 2016. *Electronic Commerce: Konsep dan Strategi*. The Preinexus.
- Irfandi, M. 2022. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Pedas Bang Mar Pekanbaru. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Irwansyah, R. 2021. Pengenalan Terhadap Perilaku Konsumen. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Khotimah, K., & Jalari, M. 2021. Menguji *Marketing Mix* 7P Terhadap Keputusan Pembelian *Shopee* Di Sukoharjo. Jurnal Manajemen, Vol. 7 No. 1, 81-94. <https://www.maker.ac.id/index.php/maker/article/view/285/162>
- Kotler, P. 2014. Manajemen Pemasaran, Edisi 16. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Krisnamurthi, B. 2020. Pengertian Agribisnis. Bogor: Puspa Swara.
- Lazuardi, M., & Triady, M. S. 2015. Ekonomi Kreatif : Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019. PT Republik Solusi.
- Listyowati, E. A., Suryantini, A., & Irham. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dan Keputusan Konsumen Membeli Sayuran Dan Buah Secara *Online*. Jurnal Kawistara, Vol 10 No 1, 66-76. <https://doi.org/10.22146/kawistara.41891>
- Mamonto, F. W., & Tumbuan, W. J. 2021. Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. Jurnal EMBA, Vol. 9 No. 2, 110-121. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33281>
- Marita, E. 2019. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Rumah Makan BOOM! Burger Medoho Semarang). Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Semarang. Semarang.
- Muchtar, & Halim, A. 2020. Bauran Pemasaran *Online* Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Kabupaten Mamuju. Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, Vol 2 No 1, 1-13. <https://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/article/view/31/21>

- Natakusumah, F. A., & Yuliati, A. L. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada INA Cookies Bandung). *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Vol. 9 No. 1 34-49.
<https://e-journal.unair.ac.id/JMTT/article/view/2785/2014>
- Patriani, P. 2020. Teknik Pengolahan Daging. Medan: CV. Anugerah Pangeran Jaya Press.
- Prihatiningtyas, G., & Chasanah, U. 2022. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Blanco Coffe Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 9 No, 2, 1-18.
<https://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrm/article/view/369/305>
- Purbohastuti, A. W. 2021. Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, Vol 7 No 1, 1-17. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i1.2707>
- Rachman, N., & Hamid, L. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Pengambilan Keputusan dan Kepuasan Debitur pada PT. Permodalan Ekonomi Rakyat Provinsi Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol 6 No 1, 40-47.
<https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/view/2372/2332>
- Ramadhanti, A. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giant Supermarket Mall Mesra Indah Di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, Vol. 5 No. 2, 269-282.
[https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/05/JURNAL%20\(05-05-17-08-41-26\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/05/JURNAL%20(05-05-17-08-41-26).pdf)
- Ramadhanty, D. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ayam Geprek Bu "Ter". Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Islam 45 Bekasi. Bekasi.
- Razak, M. 2016. Perilaku Konsumen. Makassar: Alauddin University Press.
- Romindo, & Muttaqin. 2019. *E-Commerce: Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Rosita, R. D. 2019. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Luwak Pada Kopi Luwak Mataram, Bantul. Skripsi. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran". Yogyakarta.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.
- Saputro, E. 2013. Dasar-Dasar Pengolahan Daging. Batu: Balai Besar Pelatihan Peternakan Batu.
- Saragih, B. 2010. Suara Agribisnis. Jakarta: PT Permata Wacana Lestari.
- Setiadi, N. 2010. Perilaku Konsumen: Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Setiawan, I. 2012. *Agribisnis Kreatif*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Statistik *eCommerce 2023*. 2023. Badan Pusat Statistik.
<https://www.bps.go.id/id/publication/2023/09/18/f3b02f2b6706e104ea9d5b74/statistik-ecommerce-2022-2023.html>. Diakses 19 Maret 2024
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2014. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutrisno, N. R., Widodo, J., & Zulianto, M. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk RM Ayam Bakar Wong Solo Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Volume 12 Nomor 2, 259-263.
<https://doi.org/10.19184/jpe.v12i2.8568>
- Utami, H. N., & Akbar, I. F. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku *Online Shopping* : Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, Vol 2. No 1, 136-146.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>
- Wardhana, A. 2021. *Konsep Bauran Pemasaran 4P Dan 7P*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wicaksono, I. S. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kue Purimas 3 Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 8 No. 5, 1-18.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2179/2185>
- Yudho, S. K. 2022. Pengaruh *Marketing Mix* (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Dapurdep. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 11 No. 8, 1-16.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4794/4795>