

## REFERENSI

- Ade Rosita, N. W., Isharijadi, & Murwani, J. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Jasa yang Terdaftar Bei. *Library Universitas PGRI Madiun*.
- Alma, Buchari. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. C. V Alfabeta, Bandung.
- Arief, A. M. (2019, Agustus 13). *Permintaan Produk Alas Kaki Bakal Meningkat*. Retrieved October 10, 2020, from Ekonomi: <https://www.ekonomi.bisnis.com>
- Aurelia, J. (2019, November 5). *Persekutuan Skateboard dan Kenyamanan, Alasan Vans Sangat Diminati*. Retrieved from Tirto.id: <https://tirto/persekutuan-skateboard-dan-kenyamanan-sepatu-Vans>
- Djaslim, Saladin. (2016). Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. Edisi 04. Linda Karya. Bandung
- Elkan, M. (2017). Analisis Manajemen Strategik PT. Vans Indonesia. *Strategic Management*.
- Febriana, M. B., Yulianto, E., & Sunarti. (2016, Maret 2). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Konsumen Sepatu Merek Converse di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 32(2), 33-38.
- Felita, P., & Oktivera, E. (2019, April). Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying pada Mahasiswa STIKS Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 4(2).
- Gede, I. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Alfamart dan Indomaret. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(3).

- Hanifaradiz, A., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifebuoy di Surabaya. *Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Jamaluddin, & Ruswanti, E. (2017, May). Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study in a Private Hospital in Indonesia. *Business and Management (IOSR-JBM)*, 19(5), 23-33.
- Jaminyasa, I. M., Pulawan, I. M., & Martadiani, A. M. (2017, August). The Marketing Mix Affect on the Consumer Buying Decision (Case Study of Sausage Products at PT. Aroma Denpasar Bali). *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 65-74.
- Kartika, R. R. (2018). Analisis Bauran Promosi Menggunakan metode SWOT pada PT. Niion Indonesia Utama di Kota Bandung. *Open Library Telkom University*.
- Kotler, P., & Gary, A. (2016). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Jakarta Barat, DKI Jakarta.
- Lita, R. P. (2010, Desember). Pengaruh Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata di Kota Padang. *Library Universitas Jambi*, 2(2).
- Masa'deh, R., Alananzeh, O., & Tarhini, A. (2018, Feb 19). The effect of promotional mix on hotel performance during the political crisis in the Middle East. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*.
- Putri, A. P., & Novalita, D. P. (2011). Pengaruh Promotion Mix Terhadap Keputusan Berkunjung di Alam Imajinasi Taman Bunga Nusantara. *Manajemen Pemasaran Pariwisata*, 1(2), 87.

- Rahyu, I., Nurrochmat, D. R., & Fachrodji, A. (2015, May). Marketing Mix Analysis of Natural Tourism Area 'Kawah putih' and its Effect on Visitors Decision. *Journal IPB*, 1(2).
- Sabir, R. I., Irfan, M., Sarwar, M. A., & Sarwar, B. (2013). The Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty Programs on Customer's Loyalty: An Evidence from Telecommunication Sector. *Asian Business Strategy*.
- Saidani, B., & Sudiarditha, K. R. (2019, March 13). Marketing Mix-7ps: The Effect on Customer Satisfaction. *Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 7(7), 72-86.
- Saleh, S. J. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Vans. *Ekonomi*.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. C.V ANDI. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2018). Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. CAPS. Yogyakarta.
- Syazkia, S. N. (2018). Pengaruh Bonus Pack dan Price Discount Terhadap Impulse Buying pada Konsumen PT.Lion Super Indo Gerai Antapani Bandung. *Marketing*.
- Tjiptono, Fandy. (2017). Strategi Pemasaran. Andi Offset. Yogyakarta. 04.
- Tulanggow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia di Kota Manado. (*JAB*), 9(3).

- Utami, A. P. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket KOPMA Universitas Negeri Yogyakarta . *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 469-476.
- Wangarry, C. L., & Tumbel, A. (2018, Sep 4). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2058-2067.
- Widyastuti, A. N., Pujiharto, Tubastuvi, N., & Santoso, S. B. (2020). The Effect of Marketing Mix on Purchase Decision (Case Study of Minimarket Consumers with Campus Brands in the Banyumas Regency). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 163-176.
- Wiratama, A. Y. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike di Kota Semarang. *Library Universitas Diponegoro*.