

DAFTAR PUSTAKA

- Arum, D. N. J., & Anie. (2015). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS* (A. Ika (ed.)). Semarang university press.
- Arumsari, D. (2012). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek Aqua. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Undip, 1*(1), 1–80.
- Hanifaradiz, A., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy Di Surabaya. *Ilmu Riset Dan Manajemen ISSN : 2461-0593, 5*(6), 1–17.
- Ilat, L. V, & Parengkuan, T. (2018). Analisis Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ulang Pada Ukm Dâcendol 77 Di Eic Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6*(4). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21029>
- Islahudin, M. I. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Realme. *Jurnal Manajemen, 100*, 1–13.
- Jakpad. (2014). *Pepsodent atau yang lain? Hasil Survey tentang Pasta Gigi*. <https://Jakpat.Net/>. <https://jakpat.net/info/pepsodent-atau-yang-lain-hasil-survey-tentang-pasta-gigi/#:~:text=Hasil survey pasar JAKPAT menyatakan, sisanya merek lain sebesar 5.74%25.Uxna>
- Kotler, P., & Amrstrong, G. (2015). *Prinsip - prinsip pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2016). *Manajemen pemasaran jilid 1* (15th ed.). Erlangga.
- Krisnanto, F. B. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berlangganan Internet Blitzspot Pada Pt Blitz Network Solution Di Cimahi. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia, 1*–10.
- N. Lontoh, M. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tendea. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16*(01), 515–525.
- Novikasari, I. (2016). Uji Validitas Instrumen. *Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 1*–10. https://www.academia.edu/29978868/Uji_Validitas_Instrumen
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan penelitian kuesioner. *Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah, 2*(1), h.44.
- Pupuani, N., & Sulistyawati, E. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap

- Kepuasan Konsumen Dan Perilaku Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Produk Pasta Gigi Merek Pepsodent Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(6), 255275.
- Putra, I. K. R., & Darma, G. S. (2020). Process of decisions making purchase online on Instagram social media. *International Journal of Business, Economics & Management*, 3(June), 165–171.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31295/ijbem.v3n1.167>
- Safitri, D. (2013). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Burger King. *Jurnal Ekonomi & Manajemen UIN Surabaya*, 53(9), 1689–1699.
- Samosir, C. B. H., & Prayoga, A. B. (2015). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(November), 1–13.
- Sandy, F., Arifin, Z., & Yaningwati, F. (2014). PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-2012 Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat di Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 9(2), 81364.
- Sigit, M. (2016). Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Niat Beli Mahasiswa Sebagai Konsumen Potensial Produk Pasta Gigi Close Up. *JSB Vol. 11 No. 1*, 11(1), 81–91.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)* (19th ed.). Alfabeta.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Swastha, B. (2009). *Asas - asas marketing*. Liberty.
- Top Brand Awards. (2021). *TOP BRAND INDEX*. TBI 2020. <https://www.topbrand-award.com/2020/04/top-brand-index-tracking-pasta-gigi/>
- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085.
<https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>
- Windusara, N., & Kusuma, A. A. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(12), 243300.