

DAFTAR PUSTAKA

- Agung A. A. P. 2010. Pengaruh Perspektif dan Preferensi Pelanggan terhadap Strategi Bauran Pemasaran yang Berorientasi Pelanggan: Studi pada Bank Pembangunan Daerah Bali. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 8. Nomor 4.
- Ahmad, A. M. K. Al-Qarni, A. A. Alsharqi, O. Z. Qalai, D. A. Kadi, N. 2013. The Impact of Marketing Mix Strategy on Hospitals Performance Measured by Patient Satisfaction: An Empirical Investigation on Jeddah Private Sector Hospital Senior Managers Perspective. *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 5, No. 6.
- Akgun. E. A., Keskin. H., Ayar. H. 2014. Standardization and Adaptation of International Marketing Mix Activities: A Case Study. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol. 150, 609 – 618.
- Akrom, M. C. 2013. Pengaruh Kemasan, Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Kripik Paru Umkm Sukorejo Kendal. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Alipour, Mehrdad. Darabi Elham. 2011. The Role Of Service Marketing Mix And Its Impact On Marketing Audit In Engineering And Technical Service Corporations. *Global Journal of Management and Business Research*. Volume 11. Issue 6.
- Alma, Buchari. 2003. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta: Bandung.
- Amalia, Rizky. 2014. Analisis Pengaruh Rekomendasi Blog terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Niat Transaksi Secara Online. Tesis Fakultas Ekonomi Jursan Akutansi. Universitas Gadjah Mada.
- Amanullah, Edwin. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Wingko Babat “NN Meniko”. Skripsi. Fakultas Ekonomi Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Amelia, Ulfah. 2016. Pengaruh Produk, Harga, Tempat Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffee DI Margo City Depok. *Jurnal Ilmiah Universitas Gunadarma*.
- Amstrong, K. P. 2012. *Principles of Marketing*. New York: Pearson Education.
- Andini, M. D. Masruchin, Ishardyatmo, H. 2017. Pengaruh Golongan Obat, Harga Beli, Volume Pembelian di Pasar Pramuka terhadap Keputusan Pembelian dan dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen Tidak Langsung. *Jurnal Kalbisocio*. Volume 4 No. 2
- Arifin, Zainul. 2010. Dampak Store Atmosfer terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 8. Nomor 3.
- Arifuddin, Azwita. 2012. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Membeli Komputer di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanudin. Makasar.

- Aritonang, P. A. Daryanto, A. Hendrawan, D. S. 2015. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Bahan Baku Bungkil Kedelai pada Industri Pakan Ternak di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 13 Nomor 3.
- Asror, 2014. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rokok Djarum Super. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Astuti, R. Silalahi, R. L. R. Wijaya, G. D. P. 2015. Marketing Strategy Based on Marketing Mix Influence on Purchasing Decisions of Malang Apples Consumers at Giant Olympic Garden Mall (MOG), Malang City, East Java Province, Indonesia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. Vol. 67 – 71.
- Azzadina, I. Huda. A. N. Sianipar. C. P. M. 2012. Understanding Relationship between Personality Types, Marketing-mix Factors, and Purchasing Decisions. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. Vol. 352 – 357.
- Azzam, A. F. M. 2016. A Study of the Impact of Marketing Mix for Attracting Medical Tourism in Jordan. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 8. No. 1.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2017. *Cilacap Dalam Angka 2017*. Cilacap.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2017. *Statistik Daerah Kabupaten Cilacap*. Cilacap.
- Badi, K. S. A. 2015. The Dimensions of Marketing Mix. *Management and Organizational Studies*. Sciedu Press. Vol. 2, No. 1.
- Brosekhan, A. Velayutham, C. M. 2016. Consumer Buying Behaviour – A Literature Review. *IOSR Journal of Business and Management*. 2319-7668.
- Booms, B. H. Bitner, M. J. 1981. Marketing Strategies and Organizational Structures for Service Firms Marketing of Service. *American Marketing Association – Chicago*.
- Butcovic, L. L., Boscovic, D. Katavic, M. 2014. International Marketing Strategies for Croatian Construction Companies. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol. 119, 503-509.
- Cahyono, Dwi. Kusumaningrum. 2016. Pengaruh Faktor-Faktor Individual Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Obat Lewat Resep Pada Apotik Rawat Jalan Di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Jember. *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*. Volume. VI. No. 2.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Chester, Alex. 2014. Marketing Mix – 4 Ps or 8 Ps?. <http://www.smallbusinesscan.com/marketing-mix-4-ps-8-ps/>. (Diakses 10-06-2017 pukul 11.53 WIB).
- Daud, Anshar. 2011. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *ResearchGate Journal*.

- Djuhadi. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pemilihan Obat Mag Bermerk. Tesis. Magister Manajemen Farmasi. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Dwiastuti, R. Shinta, A. Isaskar, R. 2012. Ilmu Perilaku Konsumen. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Eavani, F. Nazari, K. 2012. Marketing Mix: A Critical Review Of The Concept. *Elixir International Journal*. 9914-9920.
- Eko, Y. R. E. 2015. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Asuransi Pada PT. *Prudential Life Assurance* Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.3 No.3.
- Engel, B. Miniard. 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi 6. Jilid 2. Binarupa Aksara : Jakarta
- Fakhrudin, Irfan. 2016. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rita Pasaraya Kebumen. Jurusan Manajemen Departemen Ekonomi dan Bisnis. Sekolah Vokasi. Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Farnesia, L. Roessali, W. Santoso, S. I. 2017. Analisis Pengaruh Promosi Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Walini Di Kota Bandung. *Jurnal Universitas Diponegoro Semarang*.
- Fatmawati. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Apotek Kimia Farma Sub Unit Yogyakarta terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Skripsi. Farmasi. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Furajji, F. Łatuszyńska, M. Wawrzyniak, A. 2012. An Empirical Study of the Factors influencing Consumer Behaviour in the Electric Appliances Market. *Contemporary Economics Journal*. Vol. 6 Issue. 3.
- Gajjar, N. B. 2013. Consumer Behavior and the Proccess of Purchase Decision. *International Journal Research Management and Pharmacy*. Vol. 2 Issue. 3.
- Hafidzi, A. A. 2013. Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Swalayan Bravo di Kota Bojonegoro). Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Hardiawan, A. C. 2013. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. Skripsi. Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Harmani. 2008. Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Pasar Turi Baru Surabaya. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Sosial (JEB's)*, Vol 8, No 2.
- Hayuningtyas, W. H. 2015. Analisis Pengaruh Kenyamanan Dan Keamanan Terhadap Kepercayaan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Zysku Xena). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro.

- Hermawan, Dede. 2010. Pengaruh Orang, Bukti Fisik, dan Proses Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Untuk Mengikuti Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru. Tesis. Magister Manajemen Universitas Widyatama Bandung.
- Hersona, H.S. Muslihat, A. Setyawan, S. 2013. Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa di Lembaga Pendidikan Speaking Karawang. *Jurnal Manajemen* Vol.10 No.3.
- Huda, Nurul. 2012. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. Skripsi. Fakultas Ekonomi Bisnis. Universitas Hasanudin Makassar.
- Hudah, M. Irawan, B. Handriyono. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Serta Loyalitas Petambak Udang Intensif Kawasan Tapal Kuda Jawa Timur. *Jurnal Universitas Jember*.
- Hussain, R. Ali, Mazhar. 2015. Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 7.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 1332/Menkes/SK/X/2002 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 922/Menkes/Per/X/1993 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Apotek.
- Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 1027/Menkes/SK/IX/2004 tentang Standar Pelayanan Kefarmasian di Apotek.
- Keputusan Menteri Kesehatan Tentang Peraturan Pembungkusan dan Penandaan Obat Nomor 193/KAB/B.VII/71.
- Khadim, F. A. Abdullah, T. F. Abdullah, M. F. 2016. Effects Of Marketing Mix On Customer Satisfaction: Empirical Study On Tourism Industry In Malaysia. *International Journal of Applied Research* 2016; 2(2): 357-360
- Khan, Matin. 2006. Consumer Behavior and Advertising Management. *New Age International*. New Delhi.
- Khaniwale, Manali. 2015. Consumer Buying Behavior. *International Journal of Innovation and Scientific Research*. Vol. 14 No. 2.
- Koba, A. L. 2010. Tipologi Konsumen Pembeli Toko Diskon di Yogyakarta. 2010. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Atma Jaya. Yogyakarta.
- Kokasih. Fadili, D. A., Fadilah, N. 2013. Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Dealer Arista Johar. *Jurnal Manajemen*. Vol. 10 No. 3.
- Kondoy, B. M. J. Tewal, B. Worang. F. 2016. Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bpr Prisma Dana Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.4 No.4

- Kotler, Philip, Garry Armstrong. 2016. *Principles of Marketing*. Global Edition. 16 Edition. Pearson Education.
- Kotler, P. Keller, K. L. 2016. *Marketing Management 15th Global Edition*. Pearson.
- Kusumawati, D. K. Oswari, T. Utomo, R. B. Kumar, V. 2014. The Influence of 7P's of Marketing Mix on Buying Intention of Music Product in Indonesia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. 1765 – 1771.
- Lenzun, J. Massie, J. Adare, D. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA*. Vol.2 No.3 September 2014
- Lita, R. P. 2010. Pengaruh Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Di Kota Padang. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi. Vol. 2 No. 2.
- Lovelock, C. Chew, P. Wirtz, J. 2013. *Essentials Services Marketing 2nd Edition*. Pearson Education South Asia.
- Lovelock CH, Wright L. 2002. *Principles of Service Marketing and Management, Second Edition*. New Jersey (ID): Pearson Education Limited.
- Mahendraswari, Rekha. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Bebek Gendut Di Kota Bogor. Tesis. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Mahyarni. Meflinda, A. 2010. Pengaruh Program Bauran Pemasaran Jasa Tabungan terhadap Loyalitas Penabung pada PT Bank Mandiri Sudirman Bawah Cabang Pekanbaru. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 8. Nomor 3.
- Mardiansyah, Lutfi. 2016. *Omzet Industri Farmasi Diprediksi Tembus Rp 60 Triliun*. <http://id.beritasatu.com/home/omzet-industri-farmasi-diprediksi-tembus-rp-60-triliun/139064>. (Diakses 06-02-2017 pukul 22.00 WIB).
- Marwanto, Eko. 2012. *Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process , dan Physical Evidence)*. (Diakses 10-06 2017 pukul 12.33 WIB).
- Misra, Abhishek. 2015. Understanding the 4P's of Marketing: a case study of Amazon India. *International Research Journal Of Marketing And Economics*. Volume-2, Issue-4.
- Muhammad, Rifki. 2012. *Bauran pemasaran 7P*. http://rifkiemhammad.blogspot.co.id/2012/11/bauran-pemasaran-7p_8878.html. (Diakses 10-03 2017 pukul 20.00 WIB).
- Mutho, Izul. 2008. Pengaruh Distribusi dan Rekomendasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Merk Enduro 4T. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Brawijaya.

- Nicko. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Minyak Angin Aromatherapy Freshcare terhadap Keputusan Pembelian Produk pada konsumen mahasiswa UGM. Skripsi. Fakultas Farmasi. Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Noknoi, C. 2009. Have Debit Cards Changed Thai Consumer Shopping Behavior?. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 1 No. 2.
- Oetarjo, Mas. 2013. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Bahari Lamongan. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Sidorajo*.
- Okeudo, G. Okoli, M. N. 2013. The Impact of Marketing Mix (4Ps) on Warehousing Operations: Case Study of Unilever Nigeria PLC. *American Journal of Business and Management*. Vol. 2, No. 2, 2013.
- Oktavia, R. Suharyono, Hidayat, K. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa yang Mengonsumsi Teh Botol Sosro Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Universitas Brawijaya*. Vol. 3. No. 2.
- Ompusunggu, M. P., Djawahir, A. H. 2014. Gaya Hidup Fenomena Perilaku Konsumen Pada Warung Kopi Di Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 12. Nomor 2.
- Permenkes RI No.949/Menkes/Per/VI/2000 tentang Registrasi Obat Jadi.
- Pour, B. S. Nazari, K. Emami, M. 2013. The effect of marketing mix in attracting customers: Case study of Saderat Bank in Kermanshah Province. *African Journal of Business Management*. Vol. 7(34).
- Prasetyawati, Novita. 2010. Analisis Faktor Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula Balita Pada Pasar Swalayan di kota Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Negeri Sebelas Maret. Surakarta.
- Presiden RI. 2014. Peraturan Pemerintah RI No.35 tahun 2014 tentang Pekerjaan Kefarmasian. Pemerintahan Negara RI. Jakarta: Lembaran Negara RI tahun 2014.
- Priyanto, S. H. Hariyanti, T. Fatchurohmani. 2012. Peran Bauran Pemasaran dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Memilih Laboratorium Rumah Sakit Al Huda Genteng Banyuwangi. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 10. Nomor 2.
- Quansah, F. Okoe, A. Angenu, B. 2015. Factors Affecting Ghanaian Consumers' Purchasing Decision of Bottled Water. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 7. No. 5.
- Rachman, A. A. Leonardo, B.H. & Marina, M. M. 2015. Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Obat Nyeri Sendi Viostin DS di Ungaran. *Jurnal Ekonomi*. Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran. Ungaran.
- Radfan, N. Djumahir. Hariyanti, T. 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pasien Di Poliklinik Paru Rumah Sakit Paru Batu. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 13. Nomor 2.

- Rafinko, Anggriawan. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Bandar Lampung. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
- Rafiq, Indrayani. 2012. Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Obat Bebas. Tesis. Magister Manajemen. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Ramadhan. 2014. Analisis Pemilihan Produk Obat Flu *Over The Counter* Berdasarkan Bauran Pemasaran Di Kecamatan Mlati Ngaglik Depok Kab Sleman DIY. Skripsi. Fakultas Farmasi. Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Ramadhan, Fajar. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tempat Wisata Pantai Samudera Baru. *Jurnal Manajemen* Vol. 14 No. 1.
- Rani, Pinki. 2014. Factor Influencing Consumer Behavior. *International Journal Of Current Research and Academic Review*. Vol 2(9):52-61.
- Riadi. 2013. *Pengertian dan Variabel Bauran Pemasaran*. <http://www.kajianpustaka.com/2013/06/pengertian-dan-variabel-bauran-pemasaran.html>. (Diakses 11-03-2017 pukul 12.00 WIB).
- Rinaldi, Ferry. 2015. *Konsep Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran 4P*. <http://www.kembar.pro/2015/07/strategi-pemasaran-dan-bauran-pemasaran.html>. (Diakses 28-02 2017 pukul 20.00 WIB).
- Rinaldi, Udin. 2009. Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) terhadap keputusan belanja di swalayan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 7. Nomor 3.
- Ruyatnasih, H.Y. Hasbullah, R. Lestari D. 2013. Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus pada Mahasiswa UNSIKA). *Jurnal Manajemen*. Vol. 10 No. 3.
- Salman, D. Tawfik, Y. Samy, M. Artal-Tur, A. 2017. A New Marketing Mix Model To Rescue The Hospitality Industry: Evidence from Egypt after the Arab Spring. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 47–69.
- Sanggara, Briantara. 2014. Pengaruh Brand Equity, Brand Attachment, Dan Product Involvement Terhadap Niat Beli Ulang Smartphone Blackberry Di Surabaya. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi Bisnis. Universitas Airlangga Surabaya.
- Saputra, Hendra. 2008. Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Medan. Tesis. Magister Sains Universitas Sumatera Utara.
- Saputra, Roni. 2013. *Statistik Terapan Dalam Ilmu Kesehatan Masyarakat*. STIKES PERINTIS SUMATERA BARAT.

- Saputri, A. F. B. A. 2015. Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com (Studi Pada Pengguna Situs Belanja Online Tokopedia.com). Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Schiffman, L. G. Kanuk. 2008. *Consumer Behavior*. Prentice Hall International.
- Sembiring, B. K. F. 2009. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan Eksternal Perguruan Tinggi Swasta di Kota Medan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 7. Nomor 4.
- Sibut, Suwitho. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Minimarket Alfamart Di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Volume 5, Nomor 1.
- Singh, Meera. 2012. Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. *Journal of Business and Management*. Volume 3, Issue 6.
- Siregar, A. D. 2016. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Kawasaki-Bajaj Pulsar 200ns Di Kota Bandar Lampung). Skripsi. Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- Sitorus, Ganda T. 2008. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Intensi (Retensi dan Ekspansi) Pada Pelanggan Apotek Kimia Farma cabang Medan. Tesis. Program Pasca Sarjana. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Solomon, Michael., Bamossy, Gary., Askegaard, Soren., and Hogg, Margaret K. 2006. *Consumer Behaviour: A European Perspective. Third Edition*. Prentice Hall. New Jersey. USA.
- Spiers, S. Gundala, R. R. Singh M. 2014. Culture and Consumer Behavior A Study of Trinidad & Tobago and Jamaica. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 6, No. 4.
- Suhari, Yohanes. 2008. Keputusan Membeli Secara Online Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*. Volume 13. Nomor 2.
- Suhari, Yohanes. 2010. E-COMMERCE : Model Perilaku Konsumen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*. Volume 13. Nomor 2.
- Suhir, M. Suyadi, I. Riyadi. 2014. Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website Wwww.Kaskus.Co.Id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 8 No. 1.
- Sujoko. 2007. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemakaian Jasa Warnet Di Kota Jember. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 2. No. 1.

- Sukotjo, Hendri. Sumanto, Radix. 2010. "Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya". *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol.1, No. 2, Oktober 2010, 216-228.
- Suroto, K. S. Fanani, B. Nugroho, B. A. 2013. Factors influencing consumer's purchase decision of formula milk in Malang City. *Journal of Business and Management*. Volume 9. Issue 3.
- Susilowati, C. Thoyinb A. 2012. Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Kartu Seluler IM3 melalui Motivasi Konsumen (Studi pada pengguna IM3 di Malang). *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 10. Nomor. 1.
- Syahbi, A Salisis. 2014. Pengaruh Harga, Produk, Pelayanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Busana Muslim (Studi Kasus Karita Square Yogyakarta). Skripsi Jurusan Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum.Universitas Islam Negeri Yogyakarta.
- Tahapary, Grace. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Bioskop 21 Ambon Plaza. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 13. Nomor 3.
- Taufik, I. Z. 2015. Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle), Kelompok Rujukan (Reference Group) dan Keterikatan Merek (Brand Attachment) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi pada Konsumen Smartphone Samsung di Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Malang. Vol 3. No. 2
- Tolisindo, Josep. 2017. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Lampung Utara Kecamatan Kotabumi Utara. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Ulfah, M. Rachmi, A. T., Yuniarinto, A. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rawat Jalan Di Rumah Sakit Bina Sehat Jember. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 11. Nomor 3.
- Utami, A. P. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan. Pasal 1.
- Widarko, A Hairuddin. 2012. Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Nilai Pelanggan Pada Restaurant Ikan Bakar Nia Di Malang. *JEMA* Vol. 10 No. 1.
- Wijarnoko, Koko. 2016. Analisis Pengaruh Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Pembelian Abon Sapi Gloria (Studi Kasus Pada Masyarakat Boyolali). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wongleedee, Kevin. 2015. Marketing Mix and Purchasing Behavior for Community Products at Traditional Markets. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2080 – 2085.

- Yazia, Vivil. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry. (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang). *Journal of Economic and Economic Education*. Vol.2 No.2
- Yasanallah, P. Vahid, B. 2012. Studying the Status of Marketing Mix (7Ps) in Consumer Cooperatives at Ilam Province from Members' Perspectives. *American Journal of Industrial and Business Management*. 2. 194-199.
- Yeu, C. S., Leong, K. C., Tong, L. C., Hang, S., Y, Tang., Bashawir, A., Subhan, M. 2012. A Comparative Study on International Marketing Mix in China and India: the Case of McDonald's. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol. 65 1054 – 1059.
- Yusuf, A. 2016. Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Place Branding Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Pantai (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara di Kabupaten Karawang). *Jurnal Manajemen* Vol. 14 No. 1.
- Zamroni. Abidin, Z. 2016. Analysis Of Marketing Mix On Purchasing Decisions Of Canned Fish Product At Giant Olympic Garden Mall (Mog), Malang City, East Java. *ECSOFiM: Economic and Social of Fisheries and Marine Journal*. 04(01): 54 - 67
- Zuliani, Siti. 2005. Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Di Mini Market Sarinah Swalayan Ngalian Semarang. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.

