

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK CHUMAIRAH SKINCARE**

SKRIPSI

Oleh

SISKA AMELIA PUTRI YUANITA

NIM: 08010320021



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2024

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS KARYA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. A Yani 117 Surabaya 60237 Telp 031-8410298 Fax 031-8413300
Website www.unsa.ac.id E-Mail feb@unsa.ac.id

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Siska Amelia Putri Yuanita
NIM : 08010320021
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 27 Juni 2002
Program Studi : Manajemen
Pembimbing : Dr. H. Syarif Thayib, S.Ag, M.Si

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam proposal ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 4 Maret 2024
Yang membuat pernyataan



(Siska Amelia Putri Yuanita)

NIM. 08010320021



LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 25 Juni 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Riska Agustin, S.Si., M.SM
NIP. 199308172020122024

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CHUMAIRAH SKINCARE



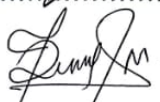
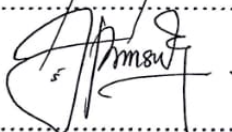
Oleh
SISKA AMELIA PUTRI YUANITA
NIM: 08010320021

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 26 Juni 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Riska Agustin, S.Si., M. SM.
NIP. 199308172020122024
(Penguji 1)
2. Deasy Tantriana, M.M
NIP. 198312282011012009
(Penguji 2)
3. Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M
NIP. 198612132019032009
(Penguji 3)
4. Siti Kalimah, M.SY
NIP. 198707272022032001
(Penguji 4)

Tanda Tangan:


.....

.....

.....

.....

Surabaya, 26 Juni 2024

Dekan



Dr. Sitajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : SISKA AMELIA PUTRI YUANITA
NIM : 08010320021
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / MANAJEMEN
E-mail address : Siskaameliafitriy@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH BAHAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK CHUMAIRAH SKINCARE

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 September 2024

Penulis

(Siska Amelia Putri Yuanita)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Perkembangan industri kecantikan dari tahun ke tahun semakin meningkat. Kesadaran akan pentingnya perawatan wajah, mengakibatkan meningkatnya permintaan akan produk skincare dan kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk Chumairah Skincare. Terdapat empat variabel independen yaitu Produk, Harga, Tempat, Promosi. Kemudian variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran 1-4. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden, diambil dari konsumen pengguna produk Chumairah Skincare. Untuk menguji instrumen dan hipotesis, peneliti menggunakan analisis SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk chumairah skincare. Variabel tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk chumairah skincare. variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk chumairah skincare. Sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. serta variabel produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk chumairah skincare.

Saran untuk produk Chumairah Skincare yaitu Produk (X1) yang ada pada produk Chumairah Skincare diharapkan agar dapat meningkatkan kualitas dan desain produk agar meningkatkan keputusan pembelian. Harga (X2) yang ditawarkan oleh produk Chumairah Skincare diharapkan agar menurunkan harga meningkatkan keputusan pembelian. Mengenai Lokasi (X3) yang diberikan oleh Chumairah Skincare diharapkan agar lebih memperbanyak klinik kecantikan atau gerai agar dapat meningkatkan keputusan pembelian. Promosi (X4) yang ada pada Chumairah Skincare diharapkan agar lebih gencar atau giat lagi dalam mempromosikan produknya agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci: bauran pemasaran, keputusan pembelian

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

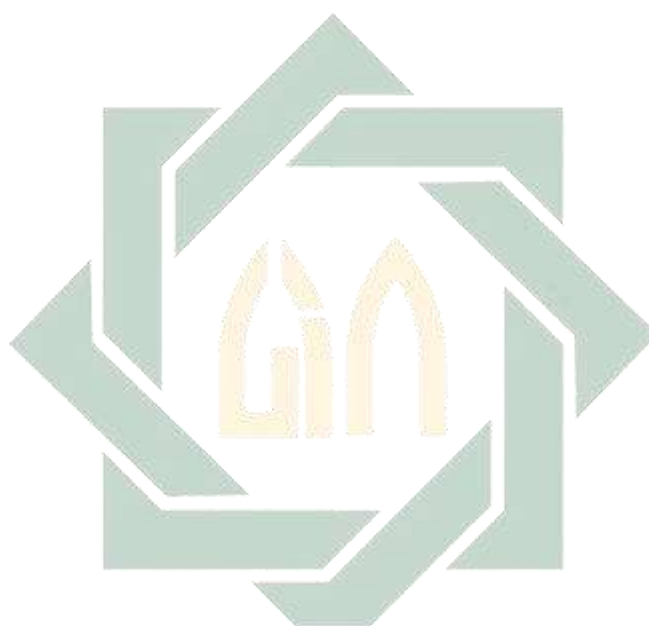
Table of Contents

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS KARYA.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II.....	16
LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Pemasaran.....	16
2.1.1 Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran	17
2.1.2 Konsep Strategi Pemasaran.....	19
2.2 Bauran Pemasaran	20
2.2.1 Produk.....	21
2.2.2 Harga.....	23
2.2.3 Tempat	26
2.2.4 Promosi	29
2.2 Strategi bauran promosi	30
2.3 Perilaku Konsumen.....	33
2.4 Kepuasan konsumen.....	34
2.5 KEPUTUSAN PEMBELIAN	35
2.6 PENELITIAN TERDAHULU.....	38
2.7 KERANGKA KONSEPTUAL.....	46
2.8 Pengaruh Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis.....	46

2.8.1 Pengaruh Variabel Produk Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	46
2.8.2 Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian	47
2.8.3 Pengaruh Variabel Tempat Terhadap Keputusan Pembelian	47
2.8.4 Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	48
2.8.5 Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	48
2.8.6 Pengembangan Hipotesis	49
BAB III	50
METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Tempat dan Waktu	50
3.3 Jenis dan Sumber Data	50
3.3.1 Data Primer	50
3.3.2 Data Sekunder	50
3.4 Metode Pengumpulan Data	51
3.4.1 Observasi.....	51
3.4.2 Wawancara (interview).....	52
3.4.3 Kuesioner	52
3.4.4 Dokumentasi	53
3.5 Populasi dan Sampel	54
3.6 Metode Pengambilan Data	55
3.7 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	56
3.7.1 Definisi operasional Variabel.....	56
3.7.2 Variabel Penelitian.....	57
3.8 Analisis Uji SPSS	59
3.8.1 Uji Validitas	59
3.8.2 Uji Reliabilitas	60
3.9 Uji Asumsi Klasik Analisis Regresi	61
3.9.1 Uji Normalitas.....	61
3.9.2 Uji Multikolinearitas	61
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	62
3.9.4 Analisis Regresi linier.....	62
3.9.5 Uji F	63

3.9.6 Uji t	63
BAB IV	64
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Chumairah Skincare	64
4.2 karakteristik Responden.....	65
4.2.1 Jenis Kelamin.....	65
4.2.2 Usia	67
4.2.3 Pekerjaan.....	68
4.2.4 Pendapatan	69
4.2.5 Sumber Informasi.....	71
4.2.6 Pembelian Produk	72
4.2.7 Hasil Jawaban Responden.....	74
4.3 Pengujian Instrumen	78
4.3.1 Uji Validitas	79
4.3.2 Uji Reliabilitas	81
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.4.1 Uji Normalitas.....	81
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	82
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	83
4.4 Uji Regresi Linear Berganda	83
4.4.1 Uji Nilai F	84
4.4.2 Uji Nilai T.....	85
4.5 Pembahasan.....	86
4.5.1 Pengaruh parsial produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).....	86
4.5.2 Pengaruh parsial harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)	87
4.5.3 Pengaruh parsial tempat (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)	90
4.5.4 Pengaruh parsial promosi (X4) terhadap keputusan pembelian (Y).....	93
4.5.5 Pengaruh simultan produk (X1), harga (X2), tempat (X3), promosi (X4) terhadap keputusan pembelian (Y)	95
BAB V	97
PENUTUP DAN KESIMPULAN	97
5. 1 PENUTUP.....	97

5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	105
Biodata Peneliti.....	105
Kuesioner penelitian.....	106



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

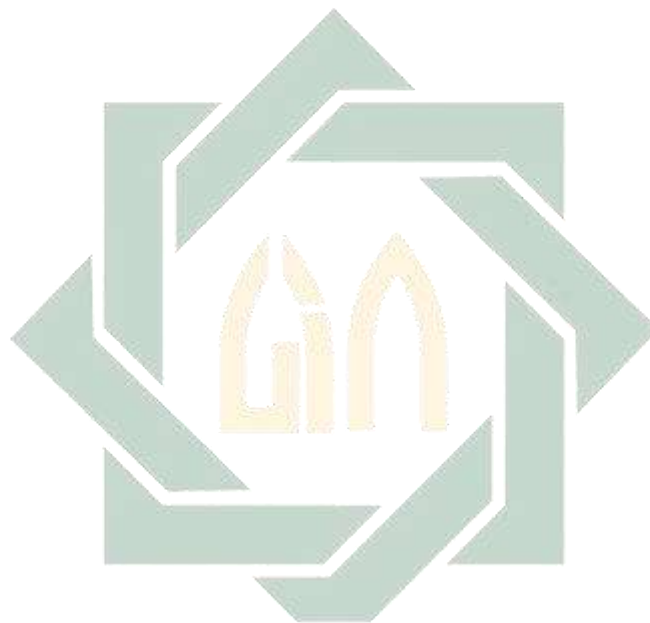
DAFTAR TABEL

Table 2 penelitian terdahulu	38
Table 3 definisi operasional	56
Table 4 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	66
Table 5 karakteristik responden berdasarkan usia.....	67
Table 6 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	68
Table 7 karakteristik responden berdasarkan pendapatan	70
Table 8 karakteristik responden berdasarkan sumber informasi	71
Table 9 karakteristik responden berdasarkan pembelian produk	73
Table 10 hasil jawaban responden konstruk produk	74
Table 11 hasil jawaban responden konstruk harga.....	75
Table 12 hasil jawaban responden konstruk tempat.....	76
Table 13 hasil jawaban responden konstruk promosi	77
Table 14 hasil jawaban responden konstruk keputusan pembelian.....	78
Table 15 uji validitas	79
Table 16 uji reliabilitas.....	81
Table 17 uji normalitas.....	81
Table 18 uji multikolinearitas.....	82
Table 19 uji heteroskedastisitas.....	83
Table 20 uji regresi linear berganda.....	83
Table 21 uji F	84
Table 22 uji T	85

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 proyeksi keuntungan skincare	2
Gambar 2 penghargaan chumairah skincare	4
Gambar 3 penghargaan chumairah skincare	5
Gambar 4 penghargaan owner chumairah skincare	6
Gambar 5 produk chumairah skincare.....	8



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal, Nuddin Harahab, and and Boimin. 2017. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto 'Bu Jeni' Di Kota Malang, Jawa Timur" 5 (01): 30–41.
- Adam, Armstrong, and Denize Volkov. 2018. "Principles of Marketing."
- Akhiri, Samron. 2019. "Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Tipe Nmax." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 1 (1): 50–63. <https://doi.org/10.37385/msej.v1i1.30>.
- Andriyanto, Lilik, Siti Syamsiar, and Indah Widowati. 2020. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum." *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi* 20 (1): 26. <https://doi.org/10.31315/jdse.v20i1.3248>.
- Aprilia, Kusumawati. 2016. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Dirumah Makan Sop Kepala Ikan Pak Untung Kota Malang, Jawa Timur." malang, jawa timur: 2016.
- Arianty, Nel, and Ari Andira. 2021. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan." *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4 (1): 897.
- bulak banteng, kelurahan. 2024. "Kelurahan Bulak Banteng Kecamatan Kenjeran." *Kelurahan Bulak Banteng*.
- Candra, Yeki, Desi Permata Sari, and Weweni Ismail. 2019. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Sale Pisang Purwobakti Muaro Bungo." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 1 (2): 122–38. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i2.53>.
- Daud, Zikriatul Ulya. 2018. "Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 7 (2): 174. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>.
- Dewi, I Dewa Made Endiana, and I Putu Edy Arizona. 2019. "Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Leverage Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (November): 1689–99.
- Dewi, Olivia Irene. 2018. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya." *Agora* 6 (2): 2–7.
- Dewi, Pane Nurmasari. 2016. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda)" 9 (1): 1–23.
- Digjaya Nata Nagara, and Hendrati. 2022. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 55–61. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v2i1.1001>.

- Dwinanda, Giri. 2019. "Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management." *Jurnal Mirai Management* 4(2):122–36. <https://journal.steamkop.ac.id/index.php/miraipg.120%0Ahttps://journal.steamkop.ac.id/index.php/mirai>.
- Ernestivita, Gesty. 2016. "Analisis Pengaruh Place, Promotion, Dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di Pt Sucoriners Central Gani Cabang Kediri." *JURNAL NUSAMBA* 1 (1):13–21.
- Fachrizza, Fazza Ilham, and Nadya Moeliono. 2017. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild." *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 1 (2): 139–48. <https://doi.org/10.31311/JECO.V1I2.1332>.
- Fadila et al. 2021. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung" 7 (1): 108–19.
- Fadila, Hestina Anisa, and Sri Eka Astuningsih. 2021. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Tulungagung." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 7 (1): 108–19. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4891>.
- Fawzi Marissa, et all. 2022. *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori Dan Implementasi*.
Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>.
- Fernos, Jhon, and Ahmad Syarief Ayadi. 2023. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Donat Madu Lapai." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 3 (2): 593–604.
- Furadantin, Natalia Ririn. 2018. "Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018." *Academia (Accelerating the World's Research)*, 2. https://scholar.google.com/scholar?q=related:2uQwPffimx4J:scholar.google.com/&scioq=analisis+data+menggunakan+smartPLS&hl=id&as_sdt=0,5.
- Hamonangan, Daniel, Faisal Marzuki, and Lidya Primita Surbakti. 2020. "Pengaruh Lingkungan Kerja, Beban Kerja, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai BNN Jakarta Timur Selama Pandemi Covid-19." *Prosiding Biema* 1 (1): 1059–76.
- Herawati, Herlin, and Dewi Mulyani. 2016. "Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada Ud. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo." *UNEJ E-Proceeding*, 463–82.
- Hermawan, Haris. 2015. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jembe" 1 (2): 143–61.
- Hidayah, Ida, Teguh Ariefiantoro, Dwi Widi Pratito Sri Nugroho, and Edy Suryawardana. 2021. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu)."

- Solusi* 19 (1): 76–82. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>.
- Isnawati, Isnawati, Niswardi Jalinus, and Risfendra Risfendra. 2020. “Analisis Kemampuan Pedagogi Guru SMK Yang Sedang Mengambil Pendidikan Profesi Guru Dengan Metode Deskriptif Kuantitatif Dan Metode Kualitatif.” *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional Dan Teknologi* 20 (1): 37–44. <https://doi.org/10.24036/invotek.v20i1.652>.
- Janna, Nilda Miftahul, and Herianto. 2021. “Artikel Statistik Yang Benar.” *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, no. 18210047, 1–12.
- Kamar, Karnawi, Masduki Asbari, Agus Purwanto, Wakhida Nurhayati, Eva Agistiawati, and Rachma Nadhila Sudiyono. 2020. “Membangun Karakter Asuh Orang Tua Berdasarkan Genetic Personality.” *Jurnal Inovasi Pembelajaran* 6 (1): 75–86.
- Karyanto, Puguh. 2010. “Kerangka Konseptual (Conceptual Framework) Untuk Analisis Pertanian Upland Berkelanjutan.” *Seminar Nasional Pendidikan Biologi FKIP UNS*, 244– 51.
- Kholifah, Muhammad Nurul, Wiyadi Wiyadi, Edy Purwo Saputro, and Muhammad Sholahuddin. 2023. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Online Pasca Pandemi Covid-19 Dimediasi Kepercayaan Pelanggan.” *Borobudur Management Review* 3 (1): 62–88. <https://doi.org/10.31603/bmar.v>.
- M Dayat. 2019. “Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan.” *Jurnal Mu'allim* 1 (2): 299–218. <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>.
- Marbun, Maulina Br, Hapzi Ali, and Fransiskus Dwikoco. 2022. “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3 (2): 716–27. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1134>.
- MARDIATMOKO, GUN -. 2020. “Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda.” *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14 (3): 333–42. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>.
- Mariansyah, Alvin, and Amirudin Syarif. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu.” *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen* 03 (02): 134–46.
- Martiono, Markus Kristiyanto. 2021. “SOETOMO BUSINESS REVIEW Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cv. Saprotan Utama.”
- Meilda, Yunia, Ikhwan Hamdani, and Retno Triwoelandari. 2022. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Al-Amin Islamic Store Laladon Bogor).” *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5 (2): 274–90.
- Mowen, J. C., & Minor, M. 2002. “Perilaku Konsumen.” *Jakarta : Erlangga*, 90. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13765/5/BAB II.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13765/5/BAB%20II.pdf).
- Natakusumah, Fiera Aryati, and Ai Lili Yuliaty. 2016. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ina Cookies Bandung).” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management* 9 (1):

34–49. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v9i1.2785>.

- Paujiah, Rika, Ahmad Mulyadi Kosim, and Syarifah Gustiawati. 2020. “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.” *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 1 (2): 144. <https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1847>.
- Peternakan, Program Studi. 2023. “Jurnal Pengaruh Penambahan Tepung Wortel (*Daucus Carota L.*) Terhadap Mutu Kimia Dan Hedonik Nugget Daging k Oleh Siska Rosalinda B1d018256 Jurnal Pengaruh Penambahan Tepung Wortel (*Daucus Carota L.*) Terhadap Mutu Kimia Dan Hedonik Nugget Daging .”
- Philp, Kotler. 2002. “Analisis Manajemen Pemasaran , Perencanaan, Impementasi Dan Pengendalian” 1 (3): 89.
- Polla1, Febriano Clinton, Lisbeth Mananeke2, and Rita N Taroreh3. 2018. “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6 (4): 3068–77. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>.
- Praestuti, Camelia. 2020. “Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mama-Mama Penjual Noken Di Oyehe Kabupaten Nabire.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 10 (1): 21–24. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/28825/28140>.
- Silaningih, E, and Dan P Utami. 2018. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Produk Olahan Makanan Ringan the Effect of Marketing Mix To Consumen Willingness To Buy in Micro Small Medium Enterprises (Msme) Snacks Product.” *Jurnal Sosial Humaniora* 9 (2): 144–58.
- Siregar, Ade Perdana, Hendy Tannady, Ikhsan Amar Jusman, Pandu Adi Cakranegara, and Moh. Samsul Arifin. 2022. “The Role Of Product Price And Brand Image On Purchase Decision Of Cold Pressed Juice Re Juve Product.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3(5):2657–65. <https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/download/1023/676>.
- Sulistiawan, Irfan, Heribertus Budi Santoso, and Ana Komari. 2019. “Perancangan Produk Kep Potong Rambut Dengan Mempertimbangkan Voice Of Customer Menggunakan Metode Quality Function Deployment.” *JATI UNIK : Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri* 2 (1): 46–54. <https://doi.org/10.30737/jatiunik.v2i1.386>.
- Surabaya, Bidang Informasi dan Komunikasi Publik serta Statistik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota. 2024. “Pemerintah Kota Surabaya.” <https://www.Surabaya.Go.Id/>.
- Wahyuni, D, F Yosi, and G Muslim. 2019. “Kualitas Sensoris Daging Kambing Yang Dimarinasi Menggunakan Larutan Mentimun (*CuccumisSativusL.*) Sensory Quality of Goat Meat Marinated Using Solution of Cucumber.” *Jurnal*

Peternakan Sriwijaya 8 (1): 14–20.

Widyatama, Suprpt. 2018. “Manajemen Pemasaran.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 22.

Wowor, S, J. D. D Messie, and M. Ch Raintung. 2021. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seruput Coffee Company Tomohon Di Masa Pandemi.” *JurnalEMBA*9(3):1472–81.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35803>.

Yam, Jim Hoy, and Ruhiyat Taufik. 2021. “Hipotesis Penelitian Kuantitatif.” *Perspektif : Jurnal Ilmu Administrasi* 3 (2): 96–102.
<https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>.

Kotler, philip. 2007. *Manajemen Pemasaran: Analisa Implementasi Perencanaan dan Kontrol*.

Jakarta: PT. Indeks Approach

Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta

Ajat Rukajat, 2018. *PENDEKATAN PENELITIAN KUANTITATIF: Quantitative research*

Dwi, Devi Marta, Theresia Pradiani, and Ike Kusdyah Rachmawati. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 2 (1): 8–19. <https://doi.org/10.32815/jubis.v2i2.442>.

Farida, Farida, and Erlin Ade Wiryani. 2023. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Serum Scarlett Whitening.” *Management and Accounting Expose* 6 (1): 10–19. <https://doi.org/10.36441/mae.v6i1.1153>.

Haerul Saleh, Ahmad, C. Prihandoyo, and Nina Indriastuty. 2023. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nirvana Beauty Sumberejo Balikpapan.” *Media Riset Ekonomi [Mr.Eko]* 2 (1): 21–30. <https://doi.org/10.36277/mreko.v2i1.247>.

Herliyana. 2020. “Pengaruh Bauran Pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Masyarakat Pengguna Produk Kosmetik Wardah Di Banjarbaru).” *Manajemen*. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/1401/>.

Kusmanto Kusmanto, and Rizki Febriana. 2021. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt Ella Organic Skin Care Cabang Semarang.” *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 1 (3): 86–97. <https://doi.org/10.55606/jimek.v1i3.525>.

Maznah, Siti Hidayatul. 2019. “PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KLINIK KECANTIKAN NAVGREEN NATURAL SKIN CARE DI MATARAM MALL” 2 (2): 29–44. <https://www.academia.edu/>.

Mozes, Nurdwiana Sari Saudi, Muh. Ashary Anshar, and 2018) Hatta, Moh. 2022. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan.” *Journal of Management* 5 (1): 222–37.

- <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.436>.
- Nazaruddin, Ietje, and Erni Fatmaningrum. 2021. "Analisis Statistik Dengan SPSS." *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, 100–105.
- Paputungan, Putri Rizkia, Agus S Soegoto, and Ferdy Roring. 2018. "Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Oriflame Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6 (4): 3703 – 3712.
- Purba, Selly Yulia Yohana, Sari Listyorini, and Ari Pradhanawati. 2023. "Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Natasha Skincare (Studi Pada Konsumen Natasha Skincare Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 12 (1): 357–63.
- Rachmawati, Rina. 2011. "Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan." *Jurnal Kompetensi Teknik* 2 (2): 143–50.
- Sastya Putri, Denny Kurniawan, and Suci Pawiati. 2023. "Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Cantik Fazia Beauty." *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 4 (2): 476–86. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1111>.
- Subianto, Totok. 2017. "Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomi MODERNISASI* 3 (3): 165–82.
- Wahyuningsih, Rike, and S Jfx Susanto. 2024. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Di Surabaya." *Soetomo Management Review* 2 (3): 364–77.
- Zuraidah, and Angelia Nesma Yunika Puti. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare." *Jurnal Febi.IAIN Kediri* 01: 1–7.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A