

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar Rusydi. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta. Bandung.
- Aliudin, Loka Ayu Sri Kusuma Ningrum, Sintia Frisma Sinaga, Risna Aprilianti , Rifqy Hafizh, Subhan Nurhaqiarso Arroisi, Fahriza Ramadhani, Akbar Wahyu Widodo, Alif Hidayat, G. I. (2024). *Pengaruh Kenaikan Harga Rokok Dan Pendapatan Uang Saku Terhadap Konsumsi Rokok Harian Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*. Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien), 4(04), 35–42.
- Anang Firmansyah. (2019). *Buku Pemasaran Produk Dan Merek (planning & strategy)*. CV. Qiara Media, Surabaya.
- Andirwan, P., Alimuddin, F., Tijjang, B., & Hasan, H. (2024). *Dinamika Pemasaran PT . Tasti Anugrah Mandiri: Bagaimana Citra Merek , Distribusi, Dan Harga Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen*. 6(1). <https://doi.org/10.47354/Mjo.V5i1>
- Andrian, Et Al. (2022). *Perilaku Konsumen*. In Rena Cipta Mandiri. Malang.
- Arifosasi. (2022). *Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Efektivitas Kinerja Pegawai di Kantor Kecamatan Gunungsitoli Utara Kota Gunungsitoli*. Universitas Nias.
- Budianto, E., & Pujiani, D. (2021). *Analisis Peranan Promosi, Harga, Lokasi, Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt Djarum Di Kabupaten Wonogiri*. Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta, 19(04), 279–286.
- Budi Rahayu Tanama Putri. (2024). *Manajemen Pemasaran Modern*. Denpasar.
- Diansyah, F. N. (2024). *Pengaruh Distribusi, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Clasmild Di Kota Semarang*. In Ayan (Vol. 15, Issue 1). Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman Guppi.
- Dzulfikri Azis Muthalib, A. M. (2025). *Pengaruh Citra Merek Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Jazy Mild Pada P. Niaga Nusa Abadi*. 2(1), 177–187.
- Fakhurdin Arif, Et All. (2022). *Bauran Pemasaran*. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Hadijah Siti. (2023). *Bauran Pemasaran : Pengertian, Unsur, dan Manfaatnya*. Cermati. <https://www.cermati.com/artikel/bauran-pemasaran>. (Diakses : 22 April 2025).

- linminardi, R., Anzu, E. Z., & Sari Putri, N. (2023). *Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Dari Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen, 1(3), 225–238. <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i3.223>
- I Made Darsana, Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, H., Hotden Leonardo Nainggolan, S. P. A., & Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran*. In Infes Media. Kabupaten Bandung, Bali.
- Lase, J. E., Emanuel Z., Yuterlin Z., & Y. M. (2024). *Analisis Kualitas Produk Dan Harga Jual Mebel Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Plkt Kota Gunungsitoli*. Jusnamay. 7(2), 1592–1604.
- Nandy. (2021). *Marketing Mix : Pengertian, Asal-Usul, Konsep, Tujuan, Fungsi, dan Manfaatnya*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/marketing-mix/>. (Diakses : 23 April 2025).
- Pasla B. Niko. (2025). *Pentingnya Marketing Mix 9P dalam Bisnis Modern*. Bisnis & Industri. BAMS. <https://bams.mba/bisnis-industri/pentingnya-marketing-mix-9p-dalam-bisnis-modern/>. (Diakses : 19 April 2025).
- Pratama, A. Z. (2024). *Pengaruh Harga, Tarif Cukai, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Surya Di Kecamatan Pucuk, Kabupaten Lamongan*. In Ayan (Vol. 15, Issue 1).
- Rahma Angely. (2025). *5 Ciri Rokok Ilegal, Kenali Dampak Buruknya*. Detik Jatim. https://www.detik.com/jatim/berita/d-7613392/5-ciri-rokok-ilegal-kenali-dampak-buruknya?utm_source. (Diakses : 24 April 2025).
- Rahmadina, Z., & Mayvita, P. A. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Toko Rahmat Rokok Tanjung*. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, 20(13), 229–241.
- Sanjaya, A., & Suriani, S. (2022). *Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan*. Chakti Pustaka Indonesia. Makassar.
- Saleh, M. (2024). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Conch Di Toko Bangunan Sehati Kecamatan Murung Pudak Kabupaten Tabalong*.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep Dan Strategi Pemasaran*. In Cv Sah Media. Makassar.
- Silviani, S., Maria M. Bate'e, Yupiter Mendrofa, Y. Z. (2024). *Faktor-Faktor Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sepeda Motor Beat Di Pt. Kencana Mulia Abadi*. 7(3), 1–13.
- Simanjuntak Owen de Pinto. (2022). *Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Marlboro Di Kota Medan*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 11(3), 43–49.

- Sipayung, T., & Rizki Fahrizal. (2021). *Analisis Citra Merek, Kualitas Poduk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Galan Di PT. Gawih Jaya Pematangsiantar*. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 3(2), 166–186. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v3i2.126>.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto Danang. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. (CAPS) Center Of Academic Publishing Service. Yogyakarta
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. Pt Kimshafi Alung Cipta. Jawa Barat.
- Zakia, L., & Jaenuddin. (2025). *Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Indomaret Pt. Indomarco Prismatama Cabang Bogor*. *Jisma: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(3), 363–368. <https://doi.org/10.59004/Jisma.V1i3.63>.