

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, N. (2017). *Komputer Statistik*. Muhammadiyah University Press.
- Agency-karawang, A. D. I. P. A. M. (2017). MOTTO :
- Anoro, M. (n.d.). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aldila Resto di Semarang Marta Raya Anoro Johar Universitas Dian Nuswantoro, 1–13.
- Anwar, S., Dasniar, D., & Susanto, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Asuransi Jiwa Ajb Bumiputera 1912. *Jurnal Pundi*, 1(1), 33–44. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i1.7>
- Atmaja, D. P., & Adiwinata, M. F. (2012). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomi Jurnal*, 1(2), 551–562.
- Basu Swastha dan Irawan, 2014, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Liberty, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 2012, Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Andi Offset, Yogyakarta
- Darwin, S., Kunto, S., Si, S., Sc, M., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia – Surabaya, 2(1), 1–12.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hendri Sukatjo, S. R. A. (2010). Analiosa Marketing Mix-7P(Produk, Price, Promotion, Place, partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mytra Ekonomi Dan Manjemen Bisnis*, 1(2), 216–228.
- I.heryanto. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101. <https://doi.org/2443-2121>
- Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101. <http://doi.org/2443-2121>
- Jeevitha, E., & Premkumar, M. D. (2019). Challenges Faced By Life Insurance Policy Holders In India With Reference To The Marketing Mix Adopted By The Life Insurance Companies, 21(16), 363–368.

- Kotler, Philip, 2001, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Terjemahan, Hendra Teguh dan Ronny A Rusli, Jilid 2, PT. Prenhallindo, Jakarta
- Kurniawati, A. Z. R. P. Y. A. D. (2017). Pengaruh Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi Ptpn Xi Pg Asembagus Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 17(1), 30–36.
- Naibaho, E. R., Fauzi, A., & Sadalia, I. (2020). *The Effect of Marketing Mix on Satisfaction of Customer Insurance Products Unit Link (Empirical Study in PT AIA Financial Branch Phoenix Medan)*, 7(February), 47–55.
- Natalia, P., & Mulyana, D. M. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian, 2(2), 119–128.
- Peter, P & Olson, J. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Jakarta: Salemba Empat
- Putra Setiawan, I., S. Manggabarani, A., & Bata Ilyas, J. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Berbasis Syariah Pada Industri Jasa Asuransi Di Kota Makassar
- Rambat Lupiyoadi, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik* , Salemba Empat, Jakarta
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik* , Salemba Empat, Jakarta
- Rangkuti, F. (2004). Teknik Membedah kasus Bisnis. *Analisis SWOT*, 26–49.
- Ridwan. (2006). *Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian Untuk Administrasi dan Manajemen*. Bandung: Dewa Ruci.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Syahputra, A. (2017). Pengaruh Loyalitas Kerja Dan Pelatihan Kerja Terhadap Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Kota Pekanbaru, 4(1).
- Ulus, A. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada Pt. Astra Internasional Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1134–1144.