

DAFTAR PUSTAKA

- Anggi Rahajeng, d. K. (2005). *Peta dan Prospek Iklim Investasi/Bisnis di Indonesia*.
- Antonius ian, d. S. (2013). Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincin Station Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.1 (2)*, 1-11.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Edisi Revisi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Basu Swastha, d. I. (2005). *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Bennion, M. &. (2004). *Intoductory Foods (12 th ed)*. USA: Pearson prentice Hall.
- Fajrin, N. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Ikan Bakar Cianjur pada Cabang Mayjend Sungkono Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Vol.1, No.1*.
- Fandy Tjiptono, d. G. (2016). *Service, Quality & Satification*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono, P. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Traditional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA Vol.1, No.3*.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Gujarati. (2005). *SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Imamul, A. (2007). *Membuka Cakrawala Ekonomi*. Jakarta: Setia Purna Inves.
- Kotler, d. A. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, d. A. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*.
- Kotler, P. &. (2012). *Marketing Management Edisi 14*. Global Edition: Pearson Prentice.

- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT.indeks.
- Lane, K. &. (2009). *Manajemen Pemasaran Mengenai Kepercayaan Edisi Ketiga Belas, Jilid 1*. Erlangga.
- Nugroho, J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Kencana Prenanda Media.
- Philip Kotler, d. G. (2004). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ketujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler, d. G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmat, Y. R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kampong Sawa Kabupaten Bandung. *Ekspansi Vol.9, No.1*, 71-95.
- Rambat Lupiyoadi, d. A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, d. K. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. Jakarta: PT.indeks Gramedia.
- Singgih, S. (2010). *Statistik Prametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sundari, R. (2018). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian I AM GEPREK Benu Cabang Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing Vol.4, No.3*.
- Widayati, R. P. (2019). Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Tiga Tjeret Surakarta. *Edunomika, Vol.3, No.1*.