

## DAFTAR PUSTAKA

- Andorfer, V.A. and Liebe, U. 2013. *Consumer Behavior in Moral Markets :On The Relevance of Identity, Justice Beliefs, Social Norms, Status, and Trust in Ethical Consumption*. European Sociological Review 29 (6) : 1251-1265.
- Azad, N., B. Azizi, H. Asgari dan H. Bagheri. 2013. *A Study on Important Factors Influencing Customers' Impulsive Buying Behavior : A Case Study of Shahrvand Food Chain*. Management Science Letters 3 : 1415-1420.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. 2010. DIY dalam Angka Badan Pusat Statistik: Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Bitner, J. and Booms, B. 1981. *Marketing strategies and organizational structures for service firms, in Donnelly*. American Marketing Association.
- Charina, Deassy. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Malabar Mountain Cafe Kota Bogor. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Christvelldy, A. 2007. Analisis Perilaku Konsumen dan Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran pada Warung Kebun Cempaka Tantri Bogor. Skripsi. Program Studi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Dasipah, E., H. Budiyono, dan M. Juliaeni. 2010. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Sayuran di Pasar Modern Kota Bekasi. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah* 1(2):24-37.
- Dharmesta, Basu S. dan Irawan. 1999. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi 7. Liberty. Yogyakarta.
- Endar, Sugiarto dan Sri Sulartiningrum. 1996. Pengantar Industri Akomodasi dan Kafe. Hal. 93. Gramedia Pustaka Utama . Jakarta.
- Engel, J. F., R. D. Blackwell dan P. W. Miniard. 1994. Perilaku Konsumen. Edisi Keenam. Jilid Satu. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Ferdinand, F. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.

- Hartono, B., U. W. Ningsih, N. F. Septiarini. 2011. Perilaku Konsumen dalam Pembelian Bakso di Malang. Buletin Peternakan 35(2): 137-142.
- Hasnira, 2017. Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar. UIN Alaudin Makassar: Skripsi.
- Henry, S.L. 1991. *Consumer, Commodities, and Choices : A General Model of Consumer Behavior*. Historical Archaeology 25 (2) : 3-14.
- Herlyana, E. 2012. Fenomena coffee shop sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda. Thaqafiyyat. Vol. 13 (1)
- Hidayat, Anwar. 2014. Tutorial Cara Uji Wilcoxon Signed Rank Test. <https://www.statistikian.com/2014/07/tutorial-uji-wilcoxon-signed-rank-test.html> . Diakses pada 13 Januari 2020.
- Jemadi dan Bambang Sugeng Dwiyanto. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Warung Lesehan di Kota Yogyakarta. Jurnal MAKSIPRENEUR. Vol. V, No. 1. Hal. 75 – 92.
- Jodie, Zefanya. 2007. Perilaku Konsumen dalam Pemasaran. <http://vibizconsulting.com/> Diakses tanggal 25 Maret 2018.
- Kotler, P., dan Susanto. 2000. Manajemen Pemasaran Di Indonesia, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 2002, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran Jilid II. Edisi kesebelas. Jakarta: Indeks
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 1999. Principle of Marketing (8th Edition). Prentice Hall, New Jersey.
- Kuncoro, Mudrajad. 2011. Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. UPP-STIM YKPN. Yogyakarta.
- Listyari, A. 2006. Analisis Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Coffe Shop De Koffie Pot. Skripsi. Jurusan Ilmu–ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Mizfar, Fityan dan Aldon Sinaga. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi Instan. SEPA Jurnal. Vol. 11 No.2.

- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Consumer Behavior. 5th Edition*. Prentice-Hall. New Jersey: Upper Saddle River.
- Mujiraharjo, FN. Basuki, Mahmud. 2017. Analisis Sektor Unggulan Kabupaen Sleman dengan Metode Shift Share dan Location Quotient. *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*. 15(1):52-60.
- Munandar. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Kopi Espresso. *Jurnal Visioner & Strategis* .Volume 6, Nomor 1.
- Nazir, Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Raja Grafindo. Jakarta.
- Priyatno, D. 2012. *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS*. Gava Media, Yogyakarta.
- Puspitasari, Veronika.2008. Perilaku Konsumen “Gudeg Mbarek Bu Hj. Amad” Yogyakarta. Skripsi. Program studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah Mada.
- Putri, D. Amalina. 2018. Analisis Kemampuan Daya Serap Mahasiswa Pada Matakuliah Geometri Transformasi. *Math Educa Jurnal*. Vol 2. 219-230.
- Keisha, M. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Perceived Price Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction dan Customer Value Pada Stove Syndicate, Semarang. Skripsi FEB Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Amstrong, Setyo. 2012, “Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Sabun Lux”, *Jurnal Riset Sains Indonesia*.Vol. 3, No. 1.
- Rakhmat, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Ramadhan, Rahmat. 2013. Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Poduk Smartphone Blackberry (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jurusan Teknik Kimia). Jurusan Administrasi Bisnis Polsri. Skripsi: Polsri.
- Sarwono, J. & Ely Suhayati. 2010. *Riset Akuntansi Menggunakan SPSS. Edisi Pertama*. Bandung: Graha Ilmu.

- Schiffman, Leon G. and Leslie L. Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Siegel, S. 1997. *Statistik Non Parametrik untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Gramedia.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sofuwan, TM. Nurrahmi, M. 2015. Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Pada Pt. Sequislife Insurance Cabang Palembang. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 5 (1). 1-14.
- Sudaryana, Arif. 2011. *Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Pada Supermarket di Yogyakarta*. Akmenika. Vol 8 . Yogyakarta.
- Sudjana. 2005. *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Rosdakarya. Bandung.
- Sugihartono, dkk. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Pers
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet. Bandung.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Suprayitno, A. Rochaeni, S. Purnomowati, R. 2015. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Gado-Gado Boplo. *Jurnal Agribisnis*. 9 (2). 177 – 214.
- Tjiptono, F. 1995. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, H. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Usmara, A. 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Amara Books. Yogyakarta.