



## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Andoko, J., & Devina, P. (n.d.). Analisis Pengaruh Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi, Lokasi) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Guest House Di Surabaya. *Universitas Kristen Petra*, 55-69.
- Asri, M. (1986). *Manajemen Perusahaan, Pendekatan Operasional*. Yogyakarta: BPFEE.
- Assauri, S. (1990). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali.
- Basu, S. (2000). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Buchari, A. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari, A., & Ratih, H. (2008). *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Fetrisen, N. A. (n.d.). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "KBP"*.
- Hawkins. (2004). *Customer Behavior, Building Marketing Strategy International Edition*. New York: Mc Graw Hill Companies, Inc.
- Heryana, A. (2018). Hipotesis dalam penelitian kuantitatif. *Prodi Kesmas Universitas Esa Unggul*, 1-16.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Indriyo, G. (2014). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE.
- Keller, K. d. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Manajemen 14th ed*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, & Philip. (1996). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kumowal, E.F.O. (2014). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus di Citra Land Manado)*. *Jurnal Administrasi Bisnis. Universitas Sam Ratulangi Manado*. Vol.3 No.001.
- Purwanti, S. (2016). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) Di Cherryka Bakery. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Rambat, L., & A, H. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Ryu, H. (2011). New or Repeat Customers: How Does Physical Environment Infuence Their Restaurant Experience? *International Journal Of Hospitality Management*, 599-611.
- Salvatore, D. (1992). *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Consumer Behavior 7 th Edition*. Jakarta: PT. Indeks.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Sofjan, A. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Sundalangi, M., Mandey, L. S., & Jorie, R. J. (2014). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado. *Universitas SamRatulangi Manado*, 313-324.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran, Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- Wulandari, W. (2012). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waserda UKM Mart Koperasi Karyawan Widyagama Malang. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*.
- Yogyakarta, U. N. (2013). *Merumuskan Hipotesis*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.