

DAFTAR PUSTAKA

a. Buku Teks

- Burgin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Djatnika, Tjetjep. (2007). *Efektifitas Strategi Penjualan: Kunci Keberhasilan Suatu Kantor Cabang Penjualan*. Manajemen Usahawan Indonesia.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas, Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Natanael, S. D. (2015). *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*. Jakarta: Gramedia.
- Sangadji, Etta Mamang,. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Jogjakarta: Andi.
- Santosa, Purbayu Budi, & Muliawan Hamdani, (2007). *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, Leon G., & L. L. Kanuk. (2018). *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks.
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif, dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sofyan, Assauri. 2002. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi*. Rajawali Pres, Jakarta.
- Sugiyono. (2008). *Statistik Untuk Penelitian* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen, Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Swastha, Basu dan Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Sleman: Bayu Media.

Utami, Christina W. (2010). *Manajemen Ritel, Strategi dan Implikasi, Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba empat.

b. Artikel Jurnal

Fathudin, Firman Zaki. 2015. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Paguyuban Angkringan Wates, Kulon Progo)".

Johar, Marta Raya Anoro. 2013. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aldila Resto Di Semarang".

Larosa, Septhani Rebeka. 2011. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung-Warung Makan di Sekitar Simpang Lima Semarang)".

Marlina, Yeni. 2015. "Pengaruh Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Sederhana By Pass Padang". Jurnal Manajemen.

Ong, Ian Antonius. 2013. "Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga, Terhadap Keluputsan Pembelian Pelanggan Di Cincin Station Surabaya". Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 2, (2013) 1-11.

Kurniasari, Nova Dhita. 2013. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang)". Volume 2, Nomor 2, Tahun 2013, Halaman 1, ISSN (online): 2337-3792.

c. Publikasi Pemerintah

<https://jeparakab.bps.go.id>

d. Internet

<https://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>). 2010