



## DAFTAR PUSTAKA

Firmansyah, M. Anang. 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Anonim. 2013. *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/>

Anonim. 2015. *Pengertian Produk, Definisi Kualitas Produk, dan Dimensi Kualitas Produk*. ( <http://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produkdefinisi-kualitas-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/>, diakses 5 November 2021 ).

Anwar, I., & Satrio, B. (2015). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 14.

Assauri, Sofjan, (2001), *Manajemen Produksi*. Edisi Ketiga, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Azwar. (2008). *Sikap Manusia, Teori Dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Durianto. 2001. *Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Engel B dan Miniard. 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi 6. Jilid 2. Penerbit Binarupa Aksara.

Frengky. 2014. *Pengertian Kualitas Produk dan Faktornya*. ( <http://ahlibaca.com/pengertian-kualitas-produk-dan-faktornya> , diakses 20 oktober 2017).

( <http://haus.co.id/> , diakses pada tanggal 1 oktober 2021 )

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. ANDI.

Tjiptono, F. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi Offset. Edisi III. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. “*Strategi Pemasaran*”. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono. 2006. “*Pemasaran Jasa*”. Banyumedia Publishing. Malang.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed*



Methods). Bandung: Alfabeta

Swastha, B & T. Hani Handoko. 2002. "Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen". Yogyakarta: BPFE.

Sunyoto, Danang. (2011). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi. Jakarta: PT. Buku Seru.

Swastha, Basu. (2005). "Azas - azas marketing (2nd ed)". Yogyakarta : Akademi Keuangan dan Bisnis.

Syofian, Siregar. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: KENCANA.

Tjiptono, Fandy. 2000. "Manajemen Jasa". Penerbit Andi Yogyakarta.

Martono, N. (2012). "Metode Penelitian Kuantitatif Analisis dan Analisis Data Sekunder", Jakarta: Rajawali Pers.

Molan, Benyamin ,(2007). "Manajemen Pemasaran, Edisi Keduabelas, Jilid 1". PT. Indeks.

Nguyen, T. N., Phan, T. T., & Vu, P. A. (2015). The Impact of Marketing Mix Elements on Food Buying Behavior: A Study of Supermarket Consumers in Vietnam. *International Journal of Business and Management*, 212.

Riduwan. 2013. Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta

Rohman, N., & Rachmawati, E. (2016). The Influence Of Marketing Mix Toward Purchase Decision Donut (Studies On Reseller's Dk Donut Company, Cimindi, Bandung). *Jurnal Of Business and Management*, 152.

Salgado, D. L., Espejel, D. J., & Beltran, D. L. (2012). Marketing Mix Influencing Organic Foods Purchase Of Mexican Consumers. *Management International Conference*, 1002.

Samosir, C. B., & Prayoga K, A. B. (2015). Jurnal Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 12.

Schiffman, Leon G., and Leslie, Lazar Kanuk., 2004. "Consumer Behavior, 5th Edition". Prentice Hall & Co, New Jersey.

Stanton, William J. 2005. *Prinsip Pemasaran*. Cetakan Ketujuh. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Irawan 2001. "Pemasaran Prinsip Dan Kasus". Yogyakarta: BPFE.

Kotler, Phillip. 2005. "Manajemen Pemasaran". Penerbit Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip. 2005. "Manajemen Pemasaran". Alih Bahasa Benyamin Molan Jilid 2. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip. (2007). "Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia". Jakarta: Salemba Empat.

Hak Cipta Ditundangi Undang-Undang Hak Cipta Ditundangi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2006. "*Prinsip-prinsip Pemasaran*". Alih Bahasa: Bob Sabran. Edisi kedua belas. jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. "*Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. edisi 12*". Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. "*Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga belas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat*". PT. Indeks. Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). "*Marketing Management, Global Edition 14e*". Boston: Pearson Education Ltd.

Kotler dan Armstrong. 2008. *Principles of Marketing*. Prentice Hall: Person Education, Inc.

Ilah, Inayatul. 2011. "Menentukan Ukuran Sampel", <http://kanvas-angan.blogspot.com/2011/03/menentukan-ukuran-sampel.html> , diakses pada 24 november 2021 pukul 8:55.

Laksana, Fajar. 2008. "*Manajemen Pemasasaran : Pendekatan Praktis. Edisi Pertama. Cetakan Pertama*". Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suryana Popo.,& Muliastari Intan. (2018). Harga Dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamie Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 11 (1), 15-24.