

DAFTAR PUSTAKA

- Dianti, I. (2016). Pengaruh Atribut Produk, Harga, Variety Seeking dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Smartphone di Mataram. *Jurnal Sangkareng Mataram*, 2(3), 18-23.
- Imantoro, F., Suharyono, S., & Sunarti, S. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie Di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1), 180-187.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44-48.
- Sabrina, N. A. P., Elpawati, E., & Nugraha, A. T. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Di Jakarta Barat. *Agribusiness Journal*, 12(2), 148-156.
- Widyastuti, P. (2018). Kualitas dan Harga sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 17-28.
- Willy, W., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Kemasan Produk dan Rasa terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 65-74.
- Ria, R., & Yuliatwati, Y. (2018). Hubungan Harga, Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lingkungan Dengan Keputusan Pembelian Susu Segar Di Kecamatan Sidorejo, Salatiga, Jawa Tengah. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(3), 195-209.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127-143.

- Puspa, R., Permana, A., & Nuryanti, S. (2017). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Perumahan Cijung River Park Serang, Banten). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 3(02), 205.
- Afkari, D. (2016). Pengaruh Atribut Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen FE UNY). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(4), 349-358.
- Gama, A. W. S., Rustiarini, N. W., & Anggraini, N. P. N. (2016). Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Imam Market Kisaran. *Journal Of Science And Social Research*, 1(1), 7-12.
- Santoso, I. (2016). Peran kualitas produk dan layanan, harga dan atmosfer rumah makan cepat saji terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. *The Asian Journal of Technology Management*, 15(1), 94.
- Sudrajad, A. B., & Andriani, D. R. (2015). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Abon Jamur Tiram di Perusahaan Ailanifood Kota Malang Jawa Timur. *HABITAT*, 26(2), 71-79.
- Yusendra, A. E. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan destinasi wisata bagi wisatawan domestik nusantara. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 1(01), 46-64.
- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal). *Journal of Management*, 2(2).
- Jamaludin, A. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1).
- Sari, N. (2018). Analisis Brand Image The Coffee Cafe Bandar Lampung. *Jurnal Stie Gentiaras*, 10(1), 1-8.

- Nazmudin, Y. (2019). *Pengaruh Citarasa dan Lokasi terhadap Minat Konsuemen Kue Balok Babakan (Studi di Home Industri Kue Balok Babakan Cikedal)* (Doctoral dissertation, Uin Smh Banten).
- DH, A. F., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung di Madam Wang Secret Garden Cafe Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/ Vol, 28(2)*.
- Suharto, G. P. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Giggle Box Café & Resto Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 6(1)*, 118-129.
- Faradisa, I., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeeshop Semarang (ICOS CAFÉ). *Journal of Management, 2(2)*.
- Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan
- Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 yang pernah Melakukan Pembelian Online melalui Media Sosial In. *Jurnal Administrasi Bisnis, 60(1)*, 163-171.
- Sujarweni V. Wiratna 2019. Metodologi penelitian Bisnis & Ekonomi. Bantul Yogyakarta : PT Pustaka Baru.
- Sugiono (2014) Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D). Bandung : PT Alfabet
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(4)*.
- J. Paul Peter Jerry C.Olson *Perilaku konsumen & Strategi Pemasaran* Jakarta selatan : Salemba Empat.

Anwar Sanusi (2017) *Metodologi Penelitian Bisnis* Jakarta : Salemba Empat

Kotler Keller 2009 *Majemen Pemasaran* Jakarta : PT Indeks Klomok Gramedia.

Freddy Rangkuti 2015 *Riset Pemasaran* Jakarta : PT Gramedia

www.janjijiwa.co.id