

DAFTAR PUSTAKA

- Amelisa, L., Yonaldi, S. dan Hesti, M. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 7(3): 1–4.
- Assauri, S. 2017. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. 2019. *Jumlah Rumah Makan / Restoran di Provinsi Jawa Timur Menurut*. <https://jatim.bps.go.id>. Diakses tanggal 02 September 2021.
- Brata, B. H., Husani, S. dan Ali, H. 2017. The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies* 2(4B): 433–445.
- Ezmir. 2017. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Raja Grafindo Persada. Depok.
- Fernando, M. F. dan Aksari, N. M. A. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7(1): 441-446.
- Gavin, F. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hasan, A. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Hermawan. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Hutagalung, Y. M. dan Waluyo, H. D. 2020. Studi Kasus pada Kopi Benteng 2 Banyumanik. *Jurnal Administrasi Bisnis* IX(III): 209–215.
- Kotler, P. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Prenhallindo. Jakarta.
- _____, dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- _____, dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. Edisi 15. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Lemeshow, S. *et al.* 1991. Adequacy of Sample Size in Health Studies. *Biometrics* 47(1): 347.

- Limpo, L., Rahim, A. dan Hamzah, H. 2018. Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion* 1(1): 9–22.
- Malau, H. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta. Bandung.
- Marpaung, B. dan Mekaniwati, A. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Studi Pada Konsumen Alat Mesin Pengolah Kopi di PT. Karya Mitra Usaha. *JIMKES Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 8(1): 29–38.
- Ningrum, A. S. dan Suryoko, S. 2018. Pengaruh Harga, Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Peacockoffie, Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Political*: 1–10.
- Polla, F. C., Mananeke, L. dan Taroreh, R. N. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6(4): 3068–3077.
- Priyanto, Duwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Gava Media. Yogyakarta.
- Shaharudin, M. R. *et al.* 2011. Food Quality Attributes among Malaysia's Fast Food Customers. *International Business and Management* 2(1): 198–208.
- Simamora, H. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 1. STIE YKPN Yogyakarta. Yogyakarta.
- Solihin, D. dan Wibawanto, E. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pelanggan dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 3(3): 30.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 18. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi 2. Alfabeta. Bandung.
- Sutarno dan Sutarso, Y. 2010. *Marketing in Practice*. Graha Ilmu Mulia. Yogyakarta.
- Suwarman, U. 2012. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Edisi 2. IPB Press. Bogor.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- _____, dan Chandra, G. 2016. *Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing*. Edisi 3. Andi. Yogyakarta.