

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori, P. B., & Ansori, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cv. Zafira Teknik Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(1), 11–19. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i1.253>
- Basu Swastha Dh., M. B., & Irwana, M. B. . (2008). *MANAJEMEN PEMASARAN MODERN* (L. Offset (ed.); Edisi Kedu). LIBERTY.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran* (Ed. III). ANDI.
- Ghozali. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariante dengan Progam IMB SPSS*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IMB SPSS 23* (edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, N. A., & Okpriansa, H. (2016). Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Van Java Chocolate Ginger Di Pt. Tama Cokelat Indonesia. *JURNAL WACANA EKONOMI, Fakultas Ekonomi, Universitas Garut, Vol.16*(No.01), 001–008.
- Harga, P., Dan, K. P., Nusantara, U., & Kediri, P. (2015). (*Study Kasus Pada UD . WAHANA MEBEL Plemahan Kediri*) *Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S . E .)*.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *ThaqĀfiyyĀT*, 13(1), 188–204.
- Kotler, P., & Armtrong. (2016). *Principle Of Marketing* (N. Jersey (ed.); Edition 15). pearson prenti hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (S. E. Adi Maulana & S. S. Sri, Yayat Hayati (eds.); punlished). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (14th ed.). Erlangga.
- Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk, H. H. (2012). *Consumer Behaviour: A European Outlook* (2nd ed.). Pearson Financial Times/Prentice Hall.
- Liliani, P. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie. *Jurnal Bina Manajemen*, 8, 18–48.

- Makmuriyah, A. N. U. R., & Vanni, K. M. (2020). *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*. 5(1).
- Maslakhah, A. N., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mascara Oriflame (Studi Pada Konsumen Mascara Oriflame Wilayah Surabaya Pusat). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4), 486–492.
- Mirna Nur'aini, & Samboro, J. (2018). Pengaruh promosi penjualan dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian di cafe gedhang ganteng Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 426–431.
- Putri, H. E., Ep, A., & Budiarmo, A. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SIRUP FREISS INDOFOOD (Studi Kasus pada Konsumen Sirup Freiss Indofood di Kota Semarang) Pendahuluan Kajian Teori Kualitas Produk*.
- Putri, H., Prihatini, A., & Budiarmo, A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Freiss Indofood (Studi Kasus Pada Konsumen Sirup Freiss Indofood Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(4), 50–57.
- Solikatur, S., Kartono, D. T., & Demartoto, A. (2018). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi (Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang). *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1). <https://doi.org/10.20961/jas.v4i1.17410>
- Sonny, & Santosa. (2015). *penerapan costumer relationship marketing serta kualitas produk untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (volume 2)*.
- Sugiyono. (2013). *metode penelitian bisnis*. alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. CV.Alfabeta-Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (edisi ke 2). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (edisi 3). Andi.
- Wiwi Kurnianingsih, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia. *Skripsi Respositari*, 1(1), 510–524.