

## DAFTAR PUSTAKA

- Amarazka, V., & Dewi, R. S. (2020). Pengaruh kualitas produk dan E-WOM terhadap keputusan pembelian Portobello Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 507–513. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28791>
- Assauri, S. (1996). *Manajemen pemasaran dasar konsep dan strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen pemasaran dasar konsep dan strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Daryanto. (2013). *Sari kuliah manajemen pemasaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Gama, A. W. S., Rustiarini, N. W., & Anggraini, N. P. N. (2016). Pengaruh lokasi, fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pasar Seni Guwang Sukawati). *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 11(2), 22–29.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Yogyakarta: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2005). *Customer loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Ismiatun, D., Budiatmo, A., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Hangiri Banyumanik Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 764–773. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.36112>
- Johns, N., & Howard, A. (1998). Customer expectations versus perceptions of service performance in the foodservice industry. *International Journal of Service Industry Management*, 9(3), 248–265. <https://doi.org/10.1108/09564239810223556>
- Kotler, P. (1999). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran edisi millenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen pemasaran (Edisi Millenium)* (B. Molan, Ed.). Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1* (8 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (13 ed.; A. Maulana & W. Hardani, Ed.). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15 ed.). New York: Pearson Prentice Hall.
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada merek Uniqlo (Studi pada konsumen Uniqlo DP Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807–813. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35892>
- Marantina, M., Triastity, R., & Wardiningsih, S. S. (2017). Analisis pengaruh fasilitas, harga, kualitas pelayanan dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 17(4).
- Mardika, S. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Harmoni Food and Coffee Nganjuk. *Jurnal Unpkediri*, 1(1).
- Nabhan, F., & Kresnaini, E. (2005). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada rumah makan di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(3), 425–430.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (D. T. Dwiandani, Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Pratiwi, D. E., Hidayat, W., & Hermani, A. (2018). Pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada pelanggan Mr. K Cafe Cabang Jl. Ki Mangunsarkoro 15 Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 223–229.
- Rafi, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kafe Mom Milk Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 160–166.
- Ramadhani, W. G. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen di Peacockoffie Jl. Gajahmada Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari, A. D., & Harti. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3), 1–11.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer behavior* (8 ed.). New York: Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10 ed.). New York: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Cetakan 23). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, Fristin, Y., & Indra, G. (2016). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian (Studi pada mahasiswa pengguna produk sepatu merek Converse di FISIP Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1).
- Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna. (2003). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen jasa* (2 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2009). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Zauberman, G., Diehl, K., & Ariely, D. (2006). Hedonic versus informational evaluations: task dependent preferences for sequences of outcomes. *Journal of Behavioral Decision Making*, 19(3), 191–211. <https://doi.org/10.1002/bdm.516>