

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. dan A. L. B. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Barsky, K. (1992). *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty*. New York : AMA Management Briefing.
- Basu Swastha, H. H. (2010). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Cooper dan Emory. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Djaslim, S. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Linda Karya.
- Fristiana, Dessy Amelia, Apriatni Endang Prihatini, and S. L. (n.d.). “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis 1.2*.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang:).
- Isnandari, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis, 60(3)*, 104–111.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fourth Edi). English: Pearson Education Inc.
- Kementrian, P. (2019). *Pertumbuhan Laju Makanan dan Minuman 2019*.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid I.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1 da). Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1 da). Jakarta: PT Indeks
Kelompok Gramedia.

Kotler, P. dan K. L. K. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Alih Bahasa : Bob Sabran
(ed.); Edisi 13.). Jakarta: Erlangga.

Kreatif, B. E. (2018). *Jumlah Usaha Kuliner Di Indonesia*.

McCarthy, Jerome, E.; Perreault, W. D. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Edisi
ke 5). Jakarta: Erlangga.

Musay, F. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei
Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1
Universitas Brawijaya*, 3(2), 74236.

Nahlia, F., & DS, A. H. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA ,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU
PRABAYAR XL (STUDI KASUS MAHASISWA FISIP UNDIP
SEMARANG) Pendahuluan Perkembangan teknologi telepon seluler
sekarang ini juga telah membuat pertumbuhan bagi perusahaan-per. *Jurnal
Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4).

Nela Evelina. (2011). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan
Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi
Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten
Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, c, 203–213.

Rambat, L. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT.
Salemba Emban Patria.

- Rambat, L. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.
- Schiffman dan Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT INDEK.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen (edisi revisi)*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Singarimbun, Masri, Efendi, S. (2000). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: PT. Pustaka LPJES Indonesia.
- Stanton. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suharnan. (2005). *Psikologi Kognitif*. Srikandi.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Cetakan Pe)*. Yogyakarta: CAPS.
- Syamsi, I. (2000). *Pengambilan Keputusan dan Sistem InformasI*. Bumi Aksara.
- Terry, G. R. (2003). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2001). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFÉ.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (Edisi 3)*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wicaksono. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.