

## Daftar Pustaka

- [1] Z. S and I. R, "Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam," *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, vol. 4, p. 124, 2016.
- [2] L. J.J, M. J.D.D and A. D, "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Bubuk Fortorang Pada PT.Fortuna Inti Alam," *jurnal EMBA*, vol. 6 no.3, pp. 1258-1267, 2014.
- [3] S, Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: C.V.Andi Offset, 2016.
- [4] J. J. Lenzun, J. D. Massie and D. Adare, "Pengaruh Kualitas Produk,Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel," *EMBA*, vol. 2, no. ISSN 2303-1174, pp. 1237-1245, 2014.
- [5] A.Sudarso, Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan, Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- [6] Pengaruh Brand, Harga, dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan membeli di kedai kopi imaji Manado, "B.D.SOEBAKIR.,B.Lumanauww.,F.Roring," *EMBA*, vol. 6, no. 2303-1174, pp. 3843-3852, 2018.
- [7] D.J.Priansa, Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer, Bandung: Alfabeta, 2017.
- [8] T. F and C. G, Pemasaran Strategik, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.
- [9] Z. S and I. R, "Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam," *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, Vols. Vol.4,no.2, p. 124, Desember 2016.
- [10] U. S, Perilaku Konsumen:Teori dan Penerapan dalam Pemasaran, Bogor: Galia Indonesia, 2014.
- [11] S.Assauri, Manajemen Bisnis Pemasaran, Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2018.
- [12] D.Sunyoto, Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Yogyakarta: CAPS, 2014.
- [13] K. P and A. G, Principles of Marketing, Global edition Penyunt: Pearson Educatio, 2012.
- [14] K. K. P and L. K, Marketing Management, new Jersey: Prentice, 2012.
- [15] Sopiah, Salesmanship (kepenjualan), Jakarta: PT Bumi aksara, 2016.
- [16] Tjiptono and Fandy, Pemasaran Strategi Edisi 3, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017.
- [17] D. A. Aekar, Manajemen Ekuitas Merek, Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek, Jakarta: Spektrum Mitra Utama, 2011.
- [18] R. Freddy, The Power of Brand, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- [19] J.Hasoloan, Pengantar Ilmu Ekonomi, Yogyakarta: deepublish, 2010.
- [20] D.J.Priansa, Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer, Bandung: Alfabeta, 2017.
- [21] F.Tjiptono, Pemasaran Jasa,Prinsip,Penerapan dan Penelitian, Yogyakarta: Andi Offset, 2014.

- [22] S.Danang, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: PT Buku Seru, 2015.
- [23] Daryanto and M.S.Tasrial, Konsep Pembelajaran Kreatif, Yogyakarta: Gava Media, 2012.
- [24] Morrisian, PERIKLANAN:Komunikasi Pemasaran Terpadu,Jakarta: Kencana, 2010.
- [25] S. S.Nel Arianty, D. Andriany and S. Jasin, Manajemen Pemasaran, Medan: Perdana Publishing, 2015.
- [26] S. W. Hersona, A. Muslihat and T. Setyawan, "Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa di Lembaga Pendidikan," *Speaking Karawang*, vol. 10, pp. 1149-1159, 2013.
- [27] B.Kirom, Mengukur Kinerja Pelayanan & Kepuasan Konsumen, Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2016.
- [28] C.Lovelock, J.Wirtz and J.Mussry, Pemasaran Jasa, Jakarta: Erlangga, 2010.
- [29] W.J.Keegan, Manajemen Pemasaran Global, Jakarta: PT Indeks, 2011.
- [30] L. C and Mussy, Pemasaran Jasa, Jakarta: Erlangga, 2010.
- [31] H.Kartajaya, Marks Plus Basic, Tim Esensi ed, Jakarta: Erlangga, 2010.
- [32] B. M. Hutauruk and B. M. H. S.T.,M.M, "Pengaruh Cita Rasa,Harga dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Janji Jiwa Bekasi Timur," 2019.
- [33] Y. M. Hutagalung and H. D. Waluyo, "Pengaruh Kualitas Produk,Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik)," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. Vol. IX No.III, p. 209.
- [34] N. L. Fitriah, "Pengaruh Kualitas Produk,Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Pembelian Pada Kedai Friday Kopi Surabaya," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. Vol.9 No.3, no. 2461-0593, 2020.
- [35] S. Arfi, "Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)," 2019.
- [36] K. N. Lukiana and K. T. Kasim, "Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api di Lumajang," *Progress Conference*, vol. Vol.1 No.1, no. 2622-3031, pp. 262-269, 2018.
- [37] E. N. Badri, "Pengaruh Promosi dan lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian(Studi Kasus pada Konsumen Cafe Add Coffee)," 2018.
- [38] M. Dianingtyas, "Anailsis Pengaruh Kualitas Produk,Harga,dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pada Konsumen Kafe OM.KOPI di Kota Malang)," 2020.
- [39] Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2017.
- [40] L. J, W. J and M. J, Pemasaran Jasa, Jakarta: Erlangga, 2010.
- [41] Sugiyono, Metode Kuantitatif,Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2017.

[42] G. L, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 VIII ed,  
Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL