

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F. (2016). Managing Costumer Preference for the food service Industry. *International Journal of Innovations, Management and Technology*, 2(6), 543–560.
- Adisaputro, G. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. YKPN.
- Arif, N. R. A. A. (2018). *Teori Mikroekonomi*. Kencana.
- Erinda, A., & Kumadji, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Studi terhadap Pelanggan McDonald's di Indonesia dan Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30(1), 87–95.
- Haming, M., & Nurnajamuddin, M. (2017). *Manajemen Produksi Modern*. Bumi Aksara.
- Hasanah, N. (2019). Faktor-Faktor Preferensi Konsumen dalam Memilih Produk Furniture Geometric Creation. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 4(3), 491–500.
- Irlatifah, H. A. (2018). *Analisis Pengaruh Store Layout dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Pamela 6 Yogyakarta)*. Universitas Islam Indonesia.
- Joshi, N. (2015). A Study on Costumer Preference and Satisfaction towards Retaurant in Degradum City. *Global Journal o Management and Business Research*, 12(21), 1045–1066.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2011). *Principle Of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2010). *Principles of Marketing*. Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=5HkrAQAAMAAJ>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Inc.
- Machmudah, R. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 14–28.
- Madnasir, & Khoirudin. (2017). *Etika Bisnis dalam Islam*. IAIN Raden Intan.

- Mappiare, A. (2018). *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian dan Pendidikan*. Usama Offsetprinting.
- Ngadiman. (2016). *Marketing*. Gramedia Pustaka Jaya.
- Noor, R. A. G. (2016). *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam*. Pustaka Pelajar.
- Oentoro, D. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang PRESSindo.
- Poerwadarminta, W. J. S. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Rahman, A. (2015). *Doktrin Ekonomi Islam, Terj. Soerojo dan Nastagin*. Dana Bhakti Wakaf.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group.
- Sistaningrum, W. (2012). *Manajemen Penjualan Produk*. Kanisius.
- Supranto, J., & Nandan, L. (2017). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Wacana Media.
- Swastha, B., & Irawan. (2016). *Asas-Asas Marketing*. Liberty.
- Syawalia, M. (2015). Preferensi Pedagang Pasar Tradisional terhadap Sumber Modal. *Jurnal Ilmiah*, 1(1), 1–13.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of the Experimental Evidence. *Journal of Business Research*, 49, 193–211.
- Wignjosuebrotto, S. (2013). *Pengantar Teknik dan Manajemen Industri*. Guna Widta.
- Yogesh, U., & Sharma, D. (2013). Culinary Preferences o Foreign Tourist in India. *Sagepub*, 2(1).