

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. & Francis, T. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Abdurrahman & Nana, H. (2018). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Aksara, Suliyanto. (2011). *Ekonometrika terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Algifari. (2014). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Alma, Buchari. (2003). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah & Haris, B. (2003). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ananda, Rusydi & Tien, R. (2016) *Pengantar Kewirausahaan*. Medan: Perdana Publishing.
- Asnawi, Nur & Masyhuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Azwar, Saifuddin (2014) *Reabilitas & Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bugin. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, John W. *Resign Design*. (2016). *Penedekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, Edisi 4, terj. Achmad. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Djalal, N. & Hardius, U. (2002). *Penggunaan Teknik Ekonometri* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Iqbal. (2004). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta : Bumi Aksara.

- Hurriyati, Ratih.(2015).Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Idrus.(2009). Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Erlangga.
- Juliandi, Azuar dan Irfan.(2013).Metode Penelitian. Bandung: Cipta Pustaka Media Perintis.
- Justin G. Longenecker, dkk.(2001).Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil edisi I, Jakarta: Salemba Empat.
- J.Paul Peter, Jerry C Olson.(2014).Perilaku Konsumen, Jakarta: Salemba Empat, hlm. 246
- Kasmadi dan Nia Siti Sunariah.(2016).Panduan Modern Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Kasmi.(2009).Pengantar Manajemen Keuangan. Jakarta: Kencana.
- Koncoro. Mudrajad. (2007). Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kotler, Philip (2004) Marketing Management, 10th. Jakarta: PT. INDEKS.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong.(2008).Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller.(2009).Manajemen Pemasaran edisi I. Jakarta:Indeks.
- Kotler, Philip.(2010).Manajemen Pemasaran Edisi tiga belas Bahasa Indonesia, Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler,Philip & Gary Armstrong.(2012). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Jakarta : Prenhalindo.
- Kuncoro, Mudraja.(2007). Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonom. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lupiyoadi dan Hamdani.(2006). Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua. Jakarta:Penerbit Salemba Empat.*
- Manahan P. Tampubolon.(2004). Manajemen Operasional. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nursiyono, Joko.a., dan Febry.W.(2017). Pengantar Statistika Dasar. Bogor: In Media.

- Paul Peter & Jerry Olson.(2000). Consumer Behavior Perilaku Konsumen, Edisi 4. Jakarta : Erlangga.
- Sabran, Bob.(2012). Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Ed.13. Jakarta: PT.Erlangga
- Schiffman dan Kanuk. (2008). Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Setiadi, Nugroho J. (2003). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Cetakan kedua. Jakarta: Prenata Media.
- Somad, Rismi dan Donni Juni Priansa.(2014). Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan, Bandung: Alfabeta.
- Siregar,S. (2014). Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Bumi.
- Sudaryono.(2016). Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi. Yogyakarta:Andi.
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2016).Metode penelitian Manajemen, Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto.(2011). Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suryabrata, S. (2010) Metodologi Penelitian. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.*
- Umar, Husein. (2014). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi-2. Cetakan ke-13. Jakarta : Rajawali Pers.
- Tjiptono, Fandy.(2006).Manajemen Jasa, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono,F & Gregorius.C.(2007). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widartika.(2018).Sistem Penyelenggaraan Makanan Institusi. Bahan Ajar Gizi. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Abriansyah.(2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Terapung Kecamatan Sape Kabupaten Bima. Jurnal Of Business And Economics Research (JBE), 1(2), 115-123, <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i2.215>
- Agustina. Dina.(2020).“Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Warung Oversize

Tembalang Semarang) Semarang : Fakultas Ekonomi. Universitas Semarang.

- Amrullah, A.R & Sasi.A.(2016).Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat, *Jurnal Ekonomi dan Riset Manajemen*, 5(7).
<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/802>
- Aprisal, Dede.(2017).Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Great Store Clothing Samarinda, *e-jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 5 No. 3.
- Cynthia, Debby, et al..(2020)."Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian." *Publik*, 9(1),104-112, doi:10.37606/publik.v9i1.256.
- Dian, Afryansyah, R., & Haryanto, H. (2013). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN INFORMASI AKUNTANSI DI INTERNET OLEH PEMERINTAH DAERAH. *Diponegoro Journal of Accounting*, 0, 702-712. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/3460>
- Hasyim, A., Bahasoan, S., & Hidayat, I. (2024). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN VARIAN MENU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TRILOGY COFFEE GOWA. *Jurnal Malomo : Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1–15. Retrieved from <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/4525>
- Hikmah, Mamluatul. (2022). “Pengaruh Label Halal Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Olahan Ayam Di Indomaret Se-Kecamatan Tampan Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”. Riau: Fakultas Syariah dan dan Hukum’UIN Sultan Syarif Kasim.Skripsi.
- John H. I dan Maria J. T.(2011).Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ketty Resto, Palembang :STIE Musi.
- Junita, Muli, & Hijriyantomi Suyuthie. (2023). Pengaruh Servicescape Dan Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian Di Aroma Resto And Coffee Padang. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 71–81. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v1i2.470>.
- Nainggolan.N & Taufik.P. (2020). PENGARUH POTONGAN HARGA DAN BONUS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MINIMARKET INDOMARET SERBELAWAN. *Manajemen Jurnal VSI*, 2(1), 54-64. <https://media.neliti.com/media/publications/328086-pengaruh-potongan-harga-dan-bonus-terhad-fdfe7484.pdf>

- Nur, Arifiani, P. (2020). Pengaruh Variasi Menu, Store Atmosphere dan Citra Restoran terhadap keputusan pembelian (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia) Jakarta.
- Ummat, Rohmatul., & Kristina A.H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Nature Republik. *Fair value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(6), 2279-22291. <https://oi.org/10.32670/fairvalue.v4i6.1093>
- Ummah, Iis Qoimatul.(2022).”Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Cita Rasa dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran IGGO (Iwan Goreng-Goreng)”. Jambi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,UIN Sulthan Thaha Saifuddin.Skripsi.
- Permana, Andri Esa, Rita. T.Y and Suci. P.L. (2022). The Effect Of Caf Menu Variations and Atmosphere On Competitive Advantage (Case Study on Volkswagen Café in Tasikmalaya). *Journal of Indonesian Management*, 2(3). <https://doi.org/10.53697?jim.v2i3.929>.
- Permana, Hendi Ali, Rita Tri Yusnita, & Nita Fauziah Oktaviani. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Ali Jaya Meubel. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(6), 592–595. <https://doi.org/10.56799/jceki.v2i6.2137>
- Prasetyo, A.E., Tri.S., & Rohmad.P.S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Arlins Food & Coffe”. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 16(1), 27-36. <https://doi.org/10.33752/bima.v6i1.5293>.
- Sofyan, S. E. (2024). PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PEMBELI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 3(2), 1–11. Retrieved from <https://journal.steidarulquran.ac.id/index.php/jrei/article/view/29>
- Tanjung, A.F., Adha.R., & Batubara.C. (2023). Pengaruh Variasi Menu, HargaLokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Tom Sushi pada Mahasiswa FEBI UINSU. *Journal E-Bis*, 7(2), 586-600. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1277>.
- Timo, F.(2021). Pengaruh Variasi Menu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Victory Kefamenanu. *Inspirasi Ekonomi*, 3(3), <http://doi.org/10.32938/ie.v3i3.1269>.
- Riyanto.(2020) “Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Cluster Iskandar Muda (Studi Kasus PT.Surya Metal Berjaya)”. Tangerang:Fakultas Bisnis,Universitas Buddhi Dharma.Skripsi.