

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba*. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Andiani, A. (2018). *Pengaruh Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kafe Kopi Di Kota Bogor*. Institut Pertanian Bogor.
- Anwar, Iful, dan Satrio Budhi. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Antari, Kadek Rilly Widhi, I. Putu Gede Diatmika, I. Made Pradana Adiputra. (2015). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Bank Perkreditan Rakyat Di Kabupaten Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 3(1).
- Awi, Yaw Ling & Sirion Chaipoopirutana. (2014). *A studi of factor affecting consumer's repurchase intention toward xyz restaurant, Myanmar*. Journal Humanities and Management.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). *Kecamatan Kabupaten Kudus Dalam Angka 2021*: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus.
- Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 12(1), 74–101.
- Budi Istiyanto, C. Hendratmoko, dan Hestin Mutmainah. (2015). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rental Mobil Di Surakarta*. Program Studi Manajemen STIE Surakarta.
- Chu, S. and Kim, Y. (2011) Determinants of Consumer Engagement in Electronic Word of Mouth (eWOM) in Social Networking Sites. *International Journal of Advertising*, 30, 47-75.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, T. Hani. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF.
- _____. (2016). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta CAPS
- Herdiansyah, H. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Psikologi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Jerome McCarthy dan William D. (1995). *Intisari Pemasaran: Sebuah Ancangan Manajerial Global*. Jakarta: Binaparu Angkasa.
- Komariah, K. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk Di Waroeng Spesial Sambal “SS” Condongcatur Timur. *E-Journal Student PEND. TEKNIK BOGA-S1*, 7(5).
- Kotler Philip, dan Gerry Armstrong. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta (ID): Erlangga.

- _____. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- _____. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2012). *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- _____. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lestari, W. S., dan A. Yusuf. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 1–8.
- Lupiyoadi, Rambat. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Luthfia, K. (2012). *Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Corporate Governance terhadap Publikasi Sustainability Report*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Mohajan, Haradhan Kumar. (2018). Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects. *Journal of Economic Development, Environment and People*. Vol.7. Issue 1. Halaman 27.
- Nasution, M.Nur. (2015). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nelson, N. (1944). *A photometric adaptation of the Somogyi method for the determination of glucose*. *Journal Biol. Chem*, 153(2), 375-379.
- Njoto, D. P., dan K. B. Sienatra. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(5), 612–618.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., dan Ali, H. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 462-471.
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Dialih bahasakan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. (2010). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Sugiarto, Eko. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sumarwan, Ujang. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Tariq, Anwar. (2013). Company slogans, morphological issues, and corporate communications. *Corporate Communications: An International Journal* 20 (3) pp 360-374.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran, edisi. 3*, Yogyakarta, Andi.
- Wijaya, D. (2017). *Pengaruh Motivasi dan Gaya hidup Terhadap Keputusan Pembelian*. XV (2).

