

Daftar Pustaka

- Abubakar, Rusydi, 2005, “Pengaruh Pelaksanaan Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jamu Di Banda Aceh” *Jurnal Sistem Teknik Industri*. Vol. 6, no. 3
- Amalina, RA Nur, Imroatul Khasanah, 2015, “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian” *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 4, no. 2, pg 1-9
- Andreti, Junio, Nabila H Zhafira, Sheila S Akmal, Suresh Kumar, 2013, “The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers’ Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia” *International Journal of Advances in Management and Economics*. Vol. 2, Issue 6, pg. 72-78
- Azzadina, Irna, Aulia Nurul Huda, Corinthias Pamatang Morgana Sianipar, 2012, “Understanding Relationship between Personality Types, Marketing-mix Factors, and Purchasing Decisions” *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 65, 352-357
- Chendradewi, Renny, 2016 “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian” skripsi FEB Undip
- Cooper, Donald R., C. William Emory. (1996). *metode penelitian bisnis*. Jakarta ; Erlangga
- D Alayka, Hardandy, Sri Rahayu Astuti, 2015, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Honda Revo FIT FI” *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 4, no. 1, pg. 1-9
- Engel, James F. Roger D. Blackwell. Paul W. Miniard, 1994. *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam. Jakarta: Binarupa Aksara
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : badan penerbit Universitas Diponegoro
- <http://iklantravel.com/rasakan-ke-legenda-an-ketannya/> diakses pada 20 Januari 2017
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Waralaba/> diakses pada 11 juli 2017

- Intisari, Anita K Wardani, 2014. Pos ketan kota batu bukan hanya soal rasa. <http://www.tribunnews.com/lifestyle/2014/09/26/pos-ketan-kota-batu-bukan-hanya-soal-rasa/> diakses pada 20 Januari 2017
- Iswayanti, Ika Putri, 2010 “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian” skripsi FEB Undip
- Kotler, Philip. 1996. Manajemen Pemasaran. Edisi keenam, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 1997. Prinsip - Prinsip Pemasaran. Edisi ke 3, Jakarta: Erlangga
- Kurniasari, Nova Dhita, Suryono Budi Santoso, 2013, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian” Diponegoro Journal of Management. Vol. 2, no. 2, pg. 1
- Kurniawan, Anggoro Dwi, Sri Rahayu Tri Asturi, 2012, “Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian” Diponegoro Journal of Management. Vol. 1, no.1, pg. 282-289.
- Murty, Dea, Imroatul Khasanah, 2015, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Pelangi Kemasan 600ML Di Semarang” Diponegoro Journal of Management. Vol. 4, no. 2, pg. 1-11
- Murwatiningsih, Kris Nulufi, 2015, “minat beli sebagai mediasi pengaruh brand image dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian batik di pekalongan” Management Analysis Journal 4 (2)
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nurchahyo, Brian Hesm, Imroatul Khasanah, 2016, “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian” Diponegoro Journal of Management. Vol.5, no.3, pg. 1-16
- Peter, J Paul, 1999, *Consumer Behaviour : perilaku konsumen dan strategi pemasaran*, edisi ke 4, Jakarta: Erlangga

- Situmorang, Gunanda, Suryono Budi Santoso, 2016, "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Mio" *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 5, no. 1, pg. 1-7
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta
- Sumarwan, Ujang, 2002. *Perilaku konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDY: Yogyakarta
- Zeithaml, V.A. (1998) Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.