

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia, A. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warung Gudeg Bu Yul Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 7.
- Hair, J. (2016). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education.
- Indraswati, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Resto Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Rawon Setan di Surabaya. *E-Journal Unesa*.
- Juliana., Hubner Ira., N. T. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Produk Kosmetik Etude House Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata Pelita Harapan Karawaci. *Skylandsea*, 2(2). Researchgate.net
- Kotler, P. dan A. (2012). *Principles of Marketing* (12 ed.). Erlangga.
- Maharani, F. (2016). Culinary, Salah Satu Ilmu yang Diajarkan di Perhotelan. *Politeknik NSC Surabaya*.
- Malhotra. (2010). *Marketing Research an Applied Orientation* (6 ed.). Pearson Education.
- Pasaribu, N. P. (2013). Strategi Bauran Pemasaran Di Agrowisata Buana Ametha Sari. *Binus Business Journal*.
- Prawiro, M. (2018). *Pengertian Konsumen Adalah: Jenis, Hak, Dan Kewajiban Konsumen*. Maxmanroe.
- Research Methods for Business*. (2016). John Wiley & Sons.
- Ritasari, F. (2017). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Cafe Hidden Milk and Meals di Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Universitas Negeri Semarang*.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS* (1 ed.). PT. Gramedia.
- Setiawan, Y. (2018). Pengaruh Harga, Poduk, Lokasi, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berkunjung Pada Cafe Taman Selfie di Kota Binjai. *Universitas Sumatera Utara*.
- Setyanti, C. A. (2017). Menelusuri Riwayat dan Perjalanan “Hidup” Sushi. *CNN Indonesia*, 1. <https://doi.org/201703242050038-262-202671>
- Stanton, W. J. (2012). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV.
- Vidi, M. (2018). Pengaruh Kepuasan atas Place, Promotion, People dan Physical

Evidence Terhadap Minat Beli Konsumen Hu Han Korean BBQ. *Jurnal Manajemen Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan*.

Wandy, J. (2014). Analisa Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen akan Produk Mie Lopo Timor Melalui Motivasi Sebagai Variable Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2, 1–12.

Wulandari, W. (2012). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waserda UKM Mart Koperasi Karyawan Widyagama Malang. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*.

