

DAFTAR PUSTAKA

Amirulah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Alma, B. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: ALFABETA

Angipora, Hendra. 2002, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Inovva di Semarang", *Journal of Management*, Vol. 2, No. 3.

Andy, Purnama (2013), *Bauran Pemasaran (MarketingMix) .*

Antyandika, Bonaventura Efrian. 2012. Judul Skripsi "*Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Pada Wong Art Bakeri & Café Semarang)*". Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Bagus Rai Utama, I Gusti 2013, September "Pengembangan Wisata Kota sebagai pariwisata masa depan Indonesia"

Eko, Marwanto 2014, April "Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process , dan Physical Evidence" .

Hameed , Abdulnabi Al-Debi (2014) " The Impact of service Marketing Mix 7P's in Competitive "

Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung:

Kotler, Philip, 2000, "*Marketing Management, The Millenium Edition*" New Jersey : Prentice Hall International , Inc.

Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler dan Armstrong, Yudhi. 2008, “Kualiatas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”, Jurnal EMBA. Vol. 1, No. 3, Juni

MS Harsono 2015 “Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian”

Pujiyanto, (2003), “*Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan*”. Jurnal Nirmana

Rachmawati Rina, (2011), “*Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Bisnis Restoran)*. Jurnal Kompetensi Teknik.

Radix A., Sumanto, dan Sukotjo, Hendri, (2010), “ *Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya,*” Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis.

Rinaldi, U. 2008 “**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Perbelanjaan di Swalayan**” Aplikasi Manajemen 7(3): 708-717

Septia heryana , 2012 “Pengaruh Store Atmosphere dan Gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet The Secret Bandung”

Shandy, Irfan Afria (2015). Pengaruh Marektig Mix terhadap keputusan pembelian konsumen pada minimarket Lulumart di kota Samarinda

Widyanto, Achmad Indra (2014) “Pengaruh Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian (Survei pada Konsumen Distro Planet Surf Mall Olympic Garden kota Malang)”

Widyasari, Suzzy (2009). Analisis pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap keputusan pembelian rumah.

<http://etd.repository.ugm.ac.id> Universitas Gaja Mada (diunduh pada 10 mei 2017)

<http://suaraindonesia-news.com/peran-hotel-dalam-industri-pariwisata/> (diunduh pada 10 mei 2017)

<http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2009/07/pengantar-perhotelan-definisi-hotel.html> (diunduh pada 11 juni 2017)

www.unikom.ac.id (diunduh pada 12 juni 2017)

<http://e-journal.uajy.ac.id> (diunduh pada 13 juni 2017)

<http://www.jurnalindonesia.net> (diunduh pada 15 juni 2017)

<http://www.ekomarwanto.com> (diunduh pada 16 juni 2017)

<http://www.kumpulanskripsi.blogspot.com> (diunduh pada 16 juni 2017)

<https://tourismbali.wordpress.com> (diunduh pada 16 juni 2017)

<http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2009/07/pengantar-perhotelan-definisi-hotel.html> (diunduh pada 20 juni 2017)

<http://e-journal.uajy.ac.id/> (diunduh pada 26 juni 2017)