

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, Nur, M Mukery Warso dan Leonardo Budi Hasiolan. 2016. Pengaruh Promosi, Harga Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT. *Journal Of Management*, vol. 2 No. 2 Maret 2016. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/download/563/548>
- Taufiqurrohman, 2008. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu pada Perusahaan Sepatu House OF Mr.Pienk, Universitas Islam Negeri Malang, Malang.
- Arif, 2017. "Pengaruh harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Transportasi Ojek Online Go-jek (Studi Kasus Pada mahasiswa Feb Usu)". *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 20 No 5.
- Dessica Dinar Sari (2016). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada konsumen SIM card GSM Prabayar XL Di Kota Yogyakarta)"
- Eka, R. (2017). "Beberapa Insight Menarik iprice tentang bisnis E-commerce Indonesia".
- Sutisna, (2002). "Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran". Bandung Rosda Karya
- Kotler dan Armstrong, (2008). "Prinsip-prinsip Pemasaran". Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Armstrong, Yudhi (2008). "Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio", *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No.3, Juni
- Kotler dan Armstrong, Setyo (2012). "Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux", *Jurnal Riset Sains Indonesia*. Vol. 3, No.1.
- Basu Swastha (2010). "Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan, BPFE-Yogyakarta.
- Alma, B, (2014). "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa". Alfabeta, Bandung.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah, (2013). "Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Danang Sunyoto, (2013). "Dasar-dasar Manajemen Pemasaran". Yogyakarta: CAPS
- Susanti, V., & Hadi, C, (2013). "Kepercayaan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Gadget Secara Online". *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 3.
- Dennisa, E, A, Santoso, S, B, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang)", *Diponegoro Journal of Management*, Vol 5, 3, 1-13, 2016.

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, “*Prinsip – prinsip Pemasaran*”, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta, Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, “*Marketing Management*”, Edisi 14, Pearson Education, 2012.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, “*Manajemen Pemasaran*”, Terjemahan Bob Sabran, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta, Erlangga, 2009.
- Dewa Bagus Nugraha Windusara, A.A. Gd Agung Artha Kusuma, 2015. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian OPPO Smartphone.
- Febryan Sandy, Zainul Arifin, Fransisca Yaningwati. “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-2012, Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat di Universitas Brawijaya).
- Tiffani Fika Koyong, Altje L. Tumbel, Jantje L. Sepang, 2013. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Novotel Manado *Golf Resosrt & Convention Center*.
- Yuvita, Lisa. 2015. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Wilis Putra Utama.
- Wariki, G. Marleen, 2015. Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Perumahan Taman Sari Metropolitan (Studi Kasus Pada Konsumen Tamansari Metropolitan Manado. *Volume 3, Nomor 2, Tahun 2015*. Di Akses tanggal 10 May 2016
- Lee Monle and Johnson Carla, 2007. *Prionciples of Advertising a Global Prespective*, EdisiPertama, Cetakanke II, Kencana, Jakarta.
- Lovelock, Christopher H, Writz, Jochen, dan Mussry, Jacky, “*Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi) – Perspektif Indonesia*” Edisi 7, Jilid 1, Jakarta, Erlangga, 2010.
- Lupiyoadi, Rambat, “*Manajemen Pemasaran Jasa*”. Edisi 3, Jakarta, Salemba Empat, 2013.
- Industry in Pakistan*). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business*”, 5, 487-505, 2012.
- Mullins John W dan Walker, Orville C, JR, “*Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*”, Edisi 8, New York, McGraw-Hill, 2013.
- Parasuraman, A, Zeithaml, V, A, Berry, L, L, “*A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*”, *Journal Of Marketing* Vol 49, 41 – 50, 1985
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, Bandung, Alfabeta, 2013.
- Sunyoto, Danang, “*Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*”, Edisi 1, Yogyakarta, Center of Academic Publishing Service (CAPS), 2014.

Tjiptono, Fandy, *“Pemasaran Jasa – prinsip, penerapan, dan penelitian”*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Penerbit Andi, 2014.

Sarwono, Jonathan. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (edisi kedua). Suluh Media-Yogyakarta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta- Bandung.

Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta- Bandung.

<https://www.idntimes.com/business/economy/aulia-fitria/3-fokus-gofood-dalam-melayani-pelanggannya>

<https://m.republika.co.id/berita/gaya-hidup/kuliner/18/01/12/p2fro6328-nadim-makarim-bagi-cerita-soal-awal-mula-gofood>

