

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman et al. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49.
- Abdillah, W. dan J. (2014). *Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*.
- Adhitama, R. M., & Maskan, M. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Roti Boy Mog Malang (Studi pada Mahasiswa DIV Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2017/2018). *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 423–427.
- Aditya, M. W. (2010). “*Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya.*”
ebook.library.perbanas.ac.id/7091_TESIS.pdf,
- Alex, D., & Thomas, S. (2012). *Impact of product quality, service quality and contextual experience on consumer perceive value and future buying intention. European Journal of Business and Management*.
- Amofah, O. (2016). The Influence of Service Marketing Mix on Customer Choice of Repeat Purchase of Restaurant in Kumasi, Ghana, European. *Business and Management*, 8 Nomor 11.
- Anoraga, P. (2000). *Manajemen Bisnis*. PT. Rineka Cipta.
- Ariani, D. W. (2003). *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Ghalia

Indonesia.

Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.

Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. PT. Rineka Cipta.

Asnawi, H. N. dan D. H. M. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. UIN Maliki-Press.

Assegaf, M. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Ekonomi Bisnis, 10 Nomor 2*.

Brady, M.K. dan Cronin, J. . (2007). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *The Journal of Marketing 2001, 65(3, 34 – 49*.

Byrne, D. (2012). *Psikologi Sosial (2nd ed.)*. Erlangga.

Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, C. M. (2001). *Pemasaran (edisi pert)*.

Cindy, D. J. (2013). *Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart II Manado*.

Crosby, P. B. (1979). *Quality is Free*. Mc-Graw Hill Book Inc.

Dharmamesta, dan I. (1990). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.

Dwitama Soenawan, A., & Stephen Malonda, E. (2014). *Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya*. 395–409.

- Erlina. (2011). *Metodologi Penelitian*. USU Press.
- Falk, R. F. & Miller, N. (1992). *A Primer for Soft Modeling*. University of Akron.
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen* (3rd ed.). Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Fiani S. Margaretha dan Japarianto, S.E., M. M. E. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 1*.
- Firdian, E. et al. (2012). Aplikasi Metode Servqual dan Six Sigma Dalam Menganalisis Kualitas Layanan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan (UPJ) Dinoyo Malang. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Rekayasa, Vol 13*.
- Gaspersz, V. (2008). *Total Quality Control*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Giantara, M. S., & Santoso, J. (n.d.). *Pengaruh budaya, sub-budaya, kelas sosial dan persepsi kualitas terhadap perilaku keputusan pembelian kue tradisional oleh mahasiswa di Surabaya*. 1–17.
- Hair, J. et. al. (2010). *Multivariate Data Analysis*.
- Handoko, S. dan. (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*.
- Hani, D. dan H. (1997). *Analisa Perilaku Konsumen* (1st ed.). BPFE.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Gava Media.

- Harjanto, J. O. (2009). *Inovasi Produk dan Ekspektasi Inovasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Hutasoit. (2011). *Pelayanan Publik Teori dan Aplikasi*. MagnaScript Publishing.
- Indarto, S. L., Ayu, S. D. (2011). Pengaruh Partisipasi Dalam Penyusunan Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Perusahaan Melalui Kecukupan Anggaran, Komitmen Organisasi, Komitmen Tujuan Anggaran, Dan Job Relevant Information (JRI). *Fakultas Ekonomi, Unika Soegijapranata Semarang, 14 Nomor 1*(Seri Kajian Ilmiah).
- Irawan, S. dan. (2005). *Asas-asas Marketing*.
- Ismayanti. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG SPESIAL SAMBAL PLENGKUNG GADING JALAN MAYJEN SUTOYO YOGYAKARTA*.
- Jayakusuma, H. (2011). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan pembelian Teh Celup Sariwangi*. Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Jones, C. P. (2000). *Investments: Analysis and Management* (J. Wiley & Sons (eds.); 7th Editio).
- Kartajaya, H. (2006). *Marketing Mix* (Sembilan). PT Mizan.
- Kasmir. (2010). *ManajemenPerbankan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Kleinschmidt, C. R. G. and E. J. (2005). New Product Performance : What Distinguishes The Star Product. *Australian Journal of Management*. *The*

Australian Graduate School of Management., 25.

Kline, B. R. (1998). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. The Guilford Press.

Kodu, S. (2013). *harga kualitas pelayanan*.

Kotler, Philip & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga.

Kotler, P. & K. L. K. (2016). *Marketing Managemen* (15th Editi). Pearson Education, Inc.

Kusumah, R. Z. &, & Indriani, F. (2010). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN WAROENG TAMAN SINGOSARI DI SEMARANG*.

Lundberg, W. dan. (2006). *Managemen*. 97.

Lupiyoadi. (2004). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Salemba Empat.

Mananeke, Lisbeth & Jopie, J. R. (2017). Pengaruh Faktor-faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado. *245 Jurnal EMBA*, 5(2), 245–255.

Marwanto, A. (2015). *Marketing sukses*. Kobis.

Muliasari, R. M., & Rachmina, D. (2013). Keputusan Pembelian dan Sikap Konsumen Roti (Merek Sari Roti). *Jurnal Forum Agribisnis*, 89–104.

- Mullins Jhon W, C. Orville, Jean-Claude Larreche, dan H. W. W. B. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Munadi, F. A. (2009). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Mas Motor*.
- Murdick et al. (1990). *Service Operation Management, A Division of Simons & Schiser, Inc. Massachuset*.
- Narimawati, J. S. dan U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. (Andi (ed.)).
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu* (Edisi Kedu). Ghalia Indonesia.
- Pasuraman, . Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa, . Salemba Empat*.
- Paul.W.Miniard, E. J. F. R. D. B. W. A. (1995). *Perilaku Konsumen*. Bina Rupa Aksara.
- Purimahua. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Edisi Keem). Gramedia Pustaka Utama.
- Rini, D. P. (2013). *Pengaruh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan pembelian produk pizza hut cabang jalan jenderal sudirman*.
- Robbins, P. S. (2006). *Perilaku Organisasi*. (10th ed.). Erlangga.
- Rubera, A. B. E. & G. (2010). Drivers of Brand Commitment: A CrossNational Investigation. *Journal of International Marketing*, 64–79.
<http://doi.org/10.1509/jimk.18.2.64>.

- Sangsoko, T. A. (2019). *Analisis pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian toko roti parimas pekalongan.*
- Setiadi, A. (2015). "pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Lenovo (Studi Pada Pengguna Smartphone Lenovo di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Singarimbun. (2011). *Metode penelitian survai.*
- Situmeang, L, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan.*
- Solomon, M. W. (2004). *Consumer Behaviour: Buying, Having & Being* (6th ed.). Engelwood Cliff.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).* Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, (Pertama).* Ghalia Indonesia.
- Syah, M. (2002). *Psikologi Belajar.* PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2004). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer.* andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (Andi (ed.); 3rd ed.).
- Umadji, N Lapijan & S L H V Joyece Jorie, R. J. (2019). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian roti di bread factory.* 7(4), 6086–6095.

Wijayanti, I. D. S. (2008). *Manajemen* (A. Setiawan (ed.)). Mitra Cendikia.

Yamin, M. (2009). *Taktik Mengembangkan Kemampuan Individual Siswa*.

Yulianingsih, A. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti Bakar 88 Tangerang.

JEBI | Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia, 12(01), 69–81.

<https://doi.org/10.36310/jebi.v12i01.28>