

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, L. Y. (2016). Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual dalam Bisnis Gourmet Land Cafe. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(1): 112-117.
- Andrianto, I. H. N. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3): 1-10.
- DiSantis, K. I., Grier, S. A., Young, A. O., Baskin, M. L., Edwards, L. C., Young, D. R., Lassiter, V., Kumanyika, S. K. (2013). What Price Means When Buying Food: Insights From a Multisite Qualitative Study with Black Americans. *American Journal of Public Health*, 103(3): 516-522.
- Faith, D. O., Edwin, A. M. (2014). A Review of The Effect of Pricing Strategies on The Purchase of Consumer Goods. *International Journal of Research in Management*, 2(2): 88-102.
- Hariadi, D. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1(1): 67-87.
- Jumilah, Martoatmodjo, S. (2013). Persepsi Konsumen Tentang Produk, Harga, dan Saluran Distribusi, serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Reseller. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1(1): 105-118.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. England: Pearson Education Limited.
- Mitsakis, F. V. (2014). Human Resource Management (HRM), Economic Crisis (EC), and Business Life Cycle (BLC): A Literature Review and Discussion. *International Journal of Human Resources Studies*, 4(1): 189-203.
- Nguyen, T. N., Phan, T. T. H., Vu, P. A. (2015). The Impact of Marketing Mix Elements on Food Buying Behavior: A Study of Supermarket Consumers in Vietnam. *International Journal of Business and Management*, 10(10): 206-215.
- Oladepo, O. I., Abimbola, O. S. (2015). The Influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision: A Study of Beverage Consumers in Lagos State, Nigeria. *British Journal of Marketing Studies*, Vol. 3, No. 4, pp. 97-109.
- Rahardjo, C. R. (2016). Faktor yang Menjadi Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Frozen Food. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(1): 1-12.
- Sangadji, E. M., Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Selang, Christian, A. D. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3): 71-80.

- Setiawan, W., Sugiharto, S. (2014). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1): 1-8.
- Sitepu, S. N. B. (2015). Pengaruh Faktor Keuangan dan Non-Keuangan Mencapai Keberhasilan Start-Up Bisnis. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 10(2): 285-299.
- Suardika, I. M. P., Ambarawati, I. G. A. A., Sukaatmadja, I. P. (2014). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik CV Golden Leaf Farm Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 2(1), 1-10.
- Walukow, A. L. P., Mananeke, L., dan Sepang, J. (2014). Pengaruh Kuakutas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA*, 2(3): 1737-1749.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., Yuliati, L. N. (2015). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 6(1): 46-63.

