

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar, K., Hartono, & Muttaqien, F. (2019). Implementation of Promotion and Quality Services To Attract Consumer Interests Buy Coffee Shops City Subdistrict Lumajang. *Progress Conference*, 2(2), 333–339.
- Apriliani, N. E., & Kusumastuti, A. E. (2019). Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli pada Wuling Motors dengan Kesadaran Merek sebagai Variabel Mediasi. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2, 333–340.
- Faradiba, S. R. T. A. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Jurnal Manajemen*, 2, 1–10.
- Hardiansyah, R. (2019). Pengaruh suasana toko, lokasi dan promosi terhadap minat beli di toko roti morning bakery. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1).
- Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Goyshen Publishing.
- Kirom, B. (2012). *Mengukur Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen* (Edisi 3; F. Ulhendri, ed.). Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk , Harga , Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99.
- Monica, E. (2018). Pengaruh Harga , Lokasi , Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 141–149.
- Mursid, M. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nabilatul Abda, E. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Toko Vizcake Pekanbaru. *JOM FISIP*, 5, 1–15.
- Nainggolan, N. P., & Heryenzus. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 41–54. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1772>

- Nel Arianty, Hanifah Jasin, Perys L. Khodri Nasution, I. C. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Mulya Sarana.
- Philip, K., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Rahmanullah, E. S., & Nurjanah, S. (2018). Influence of Product Quality, Price and Supporting Infrasturcture to Perceived Value and Interest in Buying of Electric Motorcycle. *MATEC Web of Conferences*, 215(2018). <https://doi.org/https://doi.org/10.1051/matecconf/201821502006>
- Sofyan, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Swashta, B. (2009). *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2013). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). Yogyakarta: Andi Offset.