DAFTAR PUSTAKA

AFP. (2016, 16 Juni). Potensi Bisnis Kafe Sentuh USD 4,16 Miliar. jppn [online]. Tersedia: https://www.jpnn.com [9 Maret 2018].

Astuti *et al.* (2015). Marketing Strategy Based on Marketing Mix Influence on Purchasing Decisions of Malang Apples Consumers at Giant Olympic Garden Mall (MOG), Malang City, East Java Province, Indonesia. *Elsevier*, 3, 67- 71.

Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2015). Kota Bandung Dalam Angka. Kota Bandung: BPS.

Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2016). Kota Bandung Dalam Angka. Kota Bandung: BPS.

Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2017). Kota Bandung Dalam Angka. Kota Bandung: BPS.

Citrawati, Dewi, dan Sulistiono. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian. *Jimkes*. 2(1), 19-28.

Herry, Prasetyo., dan Imanuel, Alexander. (2014, 22 Mei). Bisnis Kuliner Kian Menjanjikan. Kontan [online]. Tersedia: http://industri.kontan.co.id [15 November 2017]

Indra, Ade Bayu. (2015, 1 April). Pertumbuhan Kafe di Bandung Meningkat. Pikiran Rakyat [online]. Tersedia: http://www.pikiran-rakyat.com [30 Maret 2017].

Indrawati. 2015. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Refika Aditama.

Isnani, Patma. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Pada PT. Daya Anugrah Mandiri Cabang Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, 1(4), 284-294.

Kotler, Phillip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principle of Marketing* (14th ed.). England: Pearson.

Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane. (2013). *Marketing Management* (14th ed.). England: Pearson.

Kurniawan, Chandra, dan Satrio, Budhi. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Pada Resto & Café Dream Car. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(8), 1-16.

Kusumawati, Reni D. *et al*. (2014). The Influence of 7P's of Marketing Mix on Buying Intention of Music Product in Indonesia. *Elsevier*, 97, 1765-1771.

Layungsari, Mundy, dan Yuniati, Tri. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian pada Café Martpoint. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(12), 1-15

Lovelock, Christopher, *et al*. (2012), Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi. Jakarta: Erlangga.

Pranata, Mario., dan Widyawati, Nurul. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bamara Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 2(4), 1-15.

Pratama, Adiatmaputra Fajar. (2013, 5 Desember). Ekonomi Indonesia Ditopang Pola Konsumtif Masyarakat. Tribun Bisnis [online]. Tersedia: http://www.tribunnews.com [4 Maret 2017].

Priyatno, Duwi. (2014). SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis. Yogyakarta: ANDI.

Riduwan dan Kuncoro, Engkos A. (2014) .*Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta.

Sagala, Christina *et al.* (2014). Influence of Promotional Mix and Price on Customer Buying Decision toward Fast Food sector: A survey on University Students in Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) Indonesia. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(1), 1-7.

Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

Senjaya, Harry G. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Masakan Jepang Di Hayashi Teppan. *E-Journal Graduate Unpar*, 1(2), 199-210.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna V. (2015). *Metodologi Penelirian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pusaka Baru Press.

Sunyoto, Danang. (2012). *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen*). Yogyakarta: CAPS.

Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

Tjiptono, Fandy, dan Diana, Anastasia. (2016). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa.* Yogyakarta: Andi.

Widianto, Widianto. (2015, 23 November). Bandung Ditetapkan Sebagai Destinasi Wisata Kuliner Indonesia. Pikiran Rakyat [online]. Tersedia: http://www.pikiran-rakyat.com [30 Maret 2017].

Zahara, Zakiyah., dan Nirwan. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Membeli pada Rumah Makan Khas Kaili Jalan Tembang di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 3(1), 153-167.

Zikmund, William G. dan Babin, Barry J. (2013). *Essentials of Marketing Research* (5th ed.). South-Western Cengage Learning.

Internet:

http://bober.co.id [21 April 2017]

http://kemenperin.go.id [21 April 2017]

https://www.qraved.com [15 November 2017]