

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Basuki. (2015). *Analisis Regresi*. Rajawali pers.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (08 ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstorng, G. (2018). *Priciples Of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotller, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. CV. Andi Offset.
- Malhotra, N. K., Nunan, & Birks, D. F. (2016). *Marketing Research*. Pearson Education Limited.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Prenada Media Grup.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodelogi penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Barupress.

Sujarweni, V. W. (2016). *Metodelogi penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Barupress.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi.

Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. CV. Andi Offset.

Widodo. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN Populer Dan Praktis*. Rajagrafindo.

## Jurnal

Amanah, D., Hurriyati, R., Gaffar, V., Layla, A. A., & Harahap, D. A. (2017). Effect of Price and Product Completeness to Consumer Purchase Decision at Tokopedia.com: *Proceedings of the 2nd Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship*, 34–37.

<https://doi.org/10.5220/0007114300340037>

Anggraini, A. B. (2022). *Pengaruh Harga, Physical Evidence dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya*. 10(1), 9.

Ardyanto, T., & Pradana, M. (n.d.). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Conscience Rooftop Bandung*. 10.

Athar, H. S. (2020). The Impact Of Marketing Mix On The Purchase Decision When Borrowing Consumer Loans. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 5(1), 40–49. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v5i1.6615>

Cabrian, S. (2021). Bagaimana Kedai Kopi Ohayou Meningkatkan Proses Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 17(1), 40–60. <https://doi.org/10.26593/jab.v17i1.4320.40-60>

Hartiningsih, S., & Rokhmah, B. E. (2017). Bauran Pemasaran (4P+Physical Evidence) Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Laboratorium Klinik Prodia Surakarta. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 32(1). <https://doi.org/10.24856/mem.v32i1.462>

Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2022). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-Commerce Shoppe Di Indonesia*. 12.

- Mayputri, I. (2018). *Pengaruh Tarif Dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Bus Als Rute Medan-Jakarta*.
- Nor Cahya Ningtias, K., & Duriany Soemarso, E. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Menabung Britama Pada PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO), Tbk Cabang Pembantu Puri Anjasmoro Semarang. *KEUNIS*, 7(1), 20. <https://doi.org/10.32497/keunis.v7i1.1530>
- Nuraini, R. A., & Kurnianingsih, H. (2021). *Marketing Mix Effect on Purchase Decision of Traditional Jamu Sabdo Palon*. 4(36), 8.
- Paramita, C., Zia, F., & Sularso, R. A. (2021). *Purchase Decision on Green Coffee Shop: The Role of Green Promotion, Green Physical Evidence, and Environmental Awareness: International Conference on Management, Business, and Technology (ICOMBEST 2021), Jember, Indonesia*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.211117.010>
- Permatasari, S. I., & Basuki, R. S. (2018). *Pengaruh Physical Evidence, People, dan Process Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Salon Nico Sawojajar Malang*. 4, 5.
- Putera, K. B. E., Susanti, N., & Cempena, I. (2022). *Analysis Of The Effect Of Price Perception, Product Quality, Physical Evidence On Consumer Satisfaction And Purchase Decision On The sumber Jaya Livestock Group*. 1(7), 11.
- Rivaldo, Y., & Yusman, E. (2021). *Pengaruh Physical Evidence, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada Indomaret Sungai Harapan Batam*. 9.
- Sara, F. M., Ningsih, C., & Andari, R. (n.d.). *Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Café Infinito Culinary Bandung*. 13.

- Sari, I. P., & Medyani, T. E. (2018). Harga dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Upnormal. *Sosio e-kons*, 10(2), 115.  
<https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i2.2602>
- Suryadi, E. (2019). *Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Physical Evidence Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Lapangan Griya Futsal Di Kota Pontianak*. 6.
- Widada, H. S. W. (2017). Pengaruh Product, Price, Place, Promotion, Dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian. *upajiwa dewantara*, 1(1), 25–34.  
<https://doi.org/10.26460/mmud.v1i1.939>
- Yusuf, A., & Sunarsi, D. (2020). The Effect of Promotion and Price on Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 272–279.  
<https://doi.org/10.36555/almana.v4i2.1410>

## Website

*Menparekraf: Kuliner penyumbang terbesar pdb ekonomi kreatif.* (n.d.).

<https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/menparekraf-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif/> (Diakses Tanggal 3 Maret 2022)

*Rooftop Coffee Shop.* (2022). [https://pergikuliner.com/restaurants/bandung/rooftop-](https://pergikuliner.com/restaurants/bandung/rooftop-coffee-shop-kiaracandong)

[coffee-shop-kiaracandong](https://pergikuliner.com/restaurants/bandung/rooftop-coffee-shop-kiaracandong) (Diakses Tanggal 2 Maret 2022)