

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Afrianto.2019.*PENGARUH PROMOSI , KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (studi kasus Roman Indah).*

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 2. (Edisi 12).* Jakarta: Erlangga

Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III.* Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen.* Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung : CV. Alfabeta.

Jurnal

Anggono, A. J., & Sunarti. (2018). *Pengaruh Harga dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Paralayang , Kota Batu). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 61(3), 190–197.*

Azizah, S., & Prasetio, A. (2019). *Pengaruh Promosi Penjualan di Instagram, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kanz Coffee & Eatery).* *Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 3(2), 348–359.*

Dwihapsari, E. R., & Murni, Y. (2017). *Pengaruh Positioning , Diferensiasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Buku Mimpi Sejuta Dolar Dengan Promosi Sebagai Variabel Intervening. 1(2), 104–110.*

- Fajar Fahrudin, M., & Yulianti, E. (2015). *Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. Journal of Business & Banking*, 5(1), 149.
- Gulla. (2015). *Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1313–1322.
- Illah, A. N., Sularso, R. A., & Irawan, B. (2019). *Pengaruh Citra Destinasi dan E-WOM di Media Sosial Instagram serta Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata B29 di Kabupaten Lumajang. E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 164.
- Latief, Abdul. (2018). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99.
- Lita, R. P. (2015). *Pengaruh Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Di Kota Padang*, 2(2), 91–99.
- Mardiyani yuyun, M. (2015). *Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang. Management Analysis Journal*, 4(1), 65–75.
- Rofiq, A., & Hufron, M. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store Studi Kasus Pada Konsumen Powernoise Store Malang. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(02), 152–167.

- Prayogi, S., & Santosa, A. (2019). *The Influence of Product Quality, Prices and Promotions on Interest in Buying Sri Sulastri'S Batik*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(1), 9–17.
- Priyono, E., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). *ANALYSIS PENGARUH CITRA MEREK, STRATEGI PROMOSI, ATRIBUT PRODUK, HARGA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG SERTA PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI (Studi Empiris pada Pameran Computer di Javamall Semarang)*. *Journal of Management*, 2(2), 110.
- Susilo, andi tri haryono SE, M. dan M. M. O. (2018). *analisis pengaruh harga pendapatan dan lokasi terhadap keputusan berkunjung sebagai variabel innteervening di Hotel Amanda Hills Bandungan*.
- Utami, Dkk. (2015). *Pengaruh Harga, Pendapatan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di D'Kranji Residence Tahap II Bekasi Barat*. *Ekonomi*, 12(2), 92–93.
- Widayanto, rendi giyanova widyanto dan. (2019). *pengaruh promosi dan word of mouth terhaddap keputusan berkunjung melalui Destination Image (Studi Kasus pada Wisaatawan Grans Maerakaca Semarang)*. 1–13.
- Yan, Dkk. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Pt Tridjaya Mulia Sukses Manado Effect of Sales Promotion and Location on Decision Process of Motor*. *Jurnal EMBA*, 6(1), 101–110.