

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Cv Alfabeta.
- Agustina, E., Triwidyati, E., & Nurbambang, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng (Studi Kasus Pada Konsumen Top Swalayan Pare Kediri). *Risk : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1-20.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azizah, S., & Prasetio, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Di Instagram, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kanz Coffee & Eatery). *Almana*, 348-359.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas. (2020, Januari 15). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas (Statistics Of Banyumas Regency)*. Retrieved From [Https://Banyumaskab.Bps.Go.Id:Https://Banyumaskab.Bps.Go.Id/Statictable/2020/01/15/208/Jumlah-Penduduk-Rumahtangga-Dan-Rata-Rata-Anggota-Rumahtangga-Menurut-Kecamatan-2018.Html](https://Banyumaskab.Bps.Go.Id:Https://Banyumaskab.Bps.Go.Id/Statictable/2020/01/15/208/Jumlah-Penduduk-Rumahtangga-Dan-Rata-Rata-Anggota-Rumahtangga-Menurut-Kecamatan-2018.Html)
- Birin. (2020, November 1). Profil Bakso Sami Asih. (Adam, Interviewer)
- Drummond Ke, & Brefere Lm. (2010). *Nutrition For Foodservice And Culinary Professional's, Seventh Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Faroh, W. N. (2019). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 111-120.
- Fasya, D. A., & Rahwana, K. A. (2020). Pengaruh Kemasan Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Mie Instan Indomie. *Jurnal Ekonomi Perjuangan (Jumper)*, 167-176.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., Febriansyah, E., & Sandova, A. S. (2020). Pengaruh Promosi, Store Atmosphere, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains. Vol. 1 No. 1*, 20-24.
- Garrow, & James. (2010). Retrieved From [Http://Www.Budapestmeetings.Com/2017/05/Pengertian-Cita-Rasa-Menurut-Para-Ahli.Html](http://Www.Budapestmeetings.Com/2017/05/Pengertian-Cita-Rasa-Menurut-Para-Ahli.Html)

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ikapi.
- Hidayat, R., & Haryanti, I. (2020). The Effect Of Price And Taste On The Purchase. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 244-252.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 127-143.
- Imantoro, F., Suharyono, & Sunarti. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie Di Wilayah Um Al- Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*.
- Indrayani, P., & Syarifah, T. (2020). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kue Pia Fatimah Azzahra Di Kecamatan Tanjung Tiram.
- Jateng.Bps.Go.Id. (2019). *Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Tengah, 2012-2019* . Retrieved From [Jateng.Bps.Go.Id: https://Jateng.Bps.Go.Id/Statictable/2020/08/12/2099/Jumlah-Rumah-Makan-Restoran-Menurut-Kabupaten-Kota-Di-Provinsi-Jawa-Tengah-2012-2019.Html](https://Jateng.Bps.Go.Id/Statictable/2020/08/12/2099/Jumlah-Rumah-Makan-Restoran-Menurut-Kabupaten-Kota-Di-Provinsi-Jawa-Tengah-2012-2019.Html)
- Jhony. (2020, Juli 01). Penjualan Bakso. (Adam, Interviewer)
- Khumairo, Lukiana, N., & Kasim, K. T. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang. *Progress Conference*, 262-270.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Pt.Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing, Sixteenth Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 14*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta, Indonesia: Pt. Indeks.
- Kotler, P., & Kevin, K. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kridaningsih, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto. *Jbma*, 1-10.
- Mahardika, M. F., & Maskan, M. (2020). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Sardo Malang. *Jab Jurnal Aplikasi Bisnis, Volume:6 Nomor:1*, 181-185.
- Marpaung, F. K., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen Lmii Medan Volume 7 Nomor 1*, 49-64.
- Ma'ruf, M. H. (2017). The Influence Of Product Variations, Prices And Sales Promotions On Consumer Decisions In Buying Mitsubishi Cars In Surakarta. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebar)*, 48-56.
- Melda, Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Etrepreneur Dan Manajemen Sains (Jems)*, 143-149.
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, Volume 1, Nomor 4*, 455-463.
- Paludi, S., & Juwita Rahmah. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian`. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 41-53.
- Pasaribu, R. F., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen Stie Lmii Medan*, 45-52.
- Pratiwi, & Marpaung, H. (2020). Pengaruh Cita Rasa, Media Sosial Dan Layanan Antar Terhadap Keputusan Pembelian Bubuk Kopi Olahahan Sahata Desa

- Binjai Baru Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 96-105.
- Priadi, D. R., & Samboro, J. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Bosku Kediri. *Jab Jurnal Aplikasi Bisnis`*, 109-112.
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Rumah Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 20-28.
- Rahimi, F. (2020). Effect Of Price And Location On Purchasing Decisions (Case Study Of Cv. Sumber Anugrah Kota Bandung). *Indonesian Journal Of Business And Economics*, 333-339.
- Sari, R. I., & Istikhoroh, S. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan & Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan. *Journal Of Sustainability Business Research*, 540-548.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen, Terjemahan Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Soegiarto, K. P., & Masreviastuti. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfabeta Mart Malang. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 89-92.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, U. (2003). *Integrated Marketing Communication : Teks Dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan Spss*. Yogyakarta: Andi.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sumawarman, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumiati, & Gea, D. (2021). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada Pt. Bernofarm. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16, 57-67.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen : Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal*. Jakarta: Pt. Buku Seru.

- Supardi. (2018). Kewirausahaan Kreatif Citarasa Keputusan Konsumen Pembelian Produk (Studi Kasus Yoghurt Jellydelly Bandung). 1-12.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Umamsyah, A. Y., F Rieka, R. R., & Hutami. (2020). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Coffee Shop Warung Ngombe Di Yogyakarta). *E-Proceeding Of Management*, 5621-5629.
- Wulandari, E. E. (2021). Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eleven Cafe Di Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (Jems)*, 74-86.
- Wuntu, C. R. (2019). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1-10.