

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M. Sc. (2004) *Perilaku Konsumen*, bogor:PT.Ghalia Indonesia
- [2] http://jurnal-sdm.co.id/2009/07/produk-definisi-klasifikasi-dimensi_30.html
- [3] Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M. Sc. (2003) *Perilaku Konsumen*, jakarta:PT.Ghalia Indonesia
- [4] <https://elqorni.wordpress.com/2008/05/03/strategi-pemasaran/>
- [5] Fajar Laksana, (2008), *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- [6] Buchari Alma. 2007, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta
- [7] <http://repository.widyatama.ac.id>
- [8] <https://annisasatia.wordpress.com/2014/03/10/definisi-food-and-beverages/>
- [9] <http://mulyaiho.co.id/2014/05/pengertian-produk-definisi-kualitas.html>
- [10]<http://pariwisatadanteknologi.co.id/2010/06/jenis-jenis-menu.html>
- [11]<http://resepcaramasak.com/kuliner-nikmat-resep-colenak-khas-bandung/>
- [12]repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/33837/3/Chapter%20II.pdf
- [13]<https://annisasatia.wordpress.com>
- [14]<http://privateselv.co.id>
- [15]Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung :Alfabeta