

DAFTAR PUSTAKA

Buku

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

Jurnal

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- 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 SHOPEE DI INDONESIA.

12.

- Nor Cahya Ningtias, K., & Durianny 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-coffee-shop-kiaracandong> (Diakses Tanggal 2 Maret 2022)