

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim (2014), *Data Industri UKM di Propinsi DIY, Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Prop. DIY*, 2014.
- Arifandi A.Y. (2014), “Kajian Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Roti Conato Bakery Jember” , *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah jember Vol 1*, 2014.
- Arikunto S. (2002), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Kelima, Riheka Cipta, Jakarta.
- Astawan, Made (2008), *Roti Lebih Baik daripada Nasi dan Mie*. <http://banabakery.wordpress.com/2008/06/30/roti-lebih-baik-dari-nasi-dan-mie/> [15 November 2015].
- Assael, Henry (2001), *Consumer Behavior and Marketing Action*. 6th ed. Natorp Blvd, Mason: South-Western College Publishing.
- Budiwati H. (2012), “Implementasi Marketing Mix dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung Di Kabupaten Lumajang”. *Jurnal WIGA Vol. 2 No. 2*, September 2012 ISSN NO 2088-0944.
- Chrismayanti C.A., Widyarini I, Susilawati I.K. (2014), “Pengaruh Persepsi Marketing Mix Terhadap Intensi Membeli Sari Roti, Citra Kendedes Dan Holland Bakery”. *Jurnal Psikologi Universitas Brawijaya, 2014*. Program Studi Psikologi Universitas Brawijaya.
- Cravens, D.W. & Nigel, F.P. (2006), *.Strategic Marketing*. 8th Edition. New York: McGraw Hill Inc.
- Doyle, P. & Stern P. (2006), *Marketing Management and Strategy*. 4th ed. Harlow: Times Prentice Hall.
- Eavani F. and Nazari K. (2012), *Marketing mix: a critical review of the concept* . *Elixir Marketing Mgmt.* 49 (2012) 9914-9920.
- Ferdinand, Augusty (2006), *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Gellynck X., dkk (2008), Consumer Perception of Bread Quality. In *Proceeding 12th Congress of the European Association of Agricultural Economists – EAAE 2008*

- Ghozali, Imam (2005), *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip Semarang.
- Gujarati D. (2004), *Basics Econometrics*, 5th McGraw-Hill International edition, New York.
- Gumilar, I. (2007), *Metode Riset Untuk Bisnis dan Manajemen*. Utamalab. Bandung.
- Handoko, Tanoto (2002), “*Formulasi Strategi Pemasaran Pelumas Repsol pada PT. Sukabumi Trading Coy Jateng*, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro”.
- Kalyanam, K. & McIntyre, S. (2002), *The E-Marketing Mix: A Contribution of the E-Tailing Wars*. Working Paper, Leavey School of Business, Santa Clara University. [Online] Available: [http://lsb.scu.edu/faculty/research/working\\_papers/pdf/e-marketing.pdf](http://lsb.scu.edu/faculty/research/working_papers/pdf/e-marketing.pdf).
- Keegan, Kareen (2004), *Manajemen Pemasaran Global*, Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip and Armstrong, Garry (2014), *Principle of Marketing*, 16th Edition, Prentice Hall, Inc Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, Philips (2009), *Manajemen Pemasaran (Terjemahan) Jilid 9*. Jakarta: PT.Prehallindo
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kurnia dan Riawati P. (2009), *Peran Intuisi dalam Bisnis Bakery*. [http://www.ppmmanajemen.ac.id/index.php?id=8&mib=ppm\\_coloums.detail&wb=09](http://www.ppmmanajemen.ac.id/index.php?id=8&mib=ppm_coloums.detail&wb=09) [19 Oktober 2015].
- Lamb, Charles W., Joseph F. Hair dan Carl McDaniel. (2001), *Pemasaran*. Edisi 5. Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2006), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2, Salemba Empat.
- Lumintang G. dan Jopie R. (2015), “*Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado*”, *Jurnal EMBA* Vol.3 No.1 Maret 2015, Hal.1291-1302
- Malhotra, N.K. (2004), *Marketing research*. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.

- Mittal, Arjun (2014), "Role of Marketing Mix for Indian Marketers", *Global Journal of Finance and Management*. ISSN 0975-6477 Volume 6, Number 3 (2014), pp. 191-196 © Research India Publications <http://www.ripublication.com>
- Mowen, John dan Minor C. (2002), "Perilaku Konsumen", Edisi Terjemahan kelima, Erlangga.
- Moslehpour M., Aulia Carrine K., and Masarie CEL (2015), Bakery Product Perception and Purchase Intention of Indonesian Consumers in Taiwan *International Journal of Business and Information*. Volume 10, Number 1, March 2015
- Nguyen, T. N., Thi Thu Hoai Phan & Phuong Anh Vu (2015), "The Impact of Marketing Mix Elements on Food Buying Behavior: A Study of Supermarket Consumers in Vietnam". *International Journal of Business and Management*; Vol. 10, No. 10; 2015 ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119 Published by Canadian Center of Science and Education.
- Peter Paul J., dan Olson C., Jerry (2008), *Consumer Behaviour and Marketing Strategic*, 8th, Boston: McGraw-Hill
- Peter, J.P. & Donnelly, J.H. (2013), *Marketing management: knowledge and skills*. 11th ed. Boston: McGraw-Hill.
- PT. CIMB-Principal Asset Management (2015), "Weekly Indo Perspective 18.03.2015 Portrait of the week Baking The Prosperity", PT. CIMB-Principal Asset Management Wisma GKBI, Suite 2201A Jl. Jend. Sudirman Kav. 28 Jakarta, Indonesia.
- Rahmanto V., Sugiono, Rahman A. (2014), "Analisis Pengaruh Lingkungan Pemasaran dan Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Structural Equation Modelling (Studi Kasus: CV. Dea Cake & Bakery) menemukan bahwa marketing mix memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan roti Dea Cake & Bakery". *Jurnal teknik industri 2014*, Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Brawijaya.
- Robbins, Stephen (2006), *Perilaku Organisasi*, Perilaku Organisasi, PT Indeks, Kelompok Gramedia.
- Sabatini C. dan Japarianto E. (2014), "Pengaruh Marketing Mix, Psychological Factors, Social Factors dan Situational Factors terhadap Cara Pandang dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Rotiboy di Tunjungan Plaza dan City of Tomorrow Surabaya", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2, No. 1, (2014) 1-9.

- Setianto, Agus (2004), “*Analisis Efektivitas Orientasi Pasar, Inovasi, Kualitas Layanan dan Kinerja Pemasaran Pengaruhnya terhadap Keunggulan Bersaing*”, Tesis, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Sidik, Ignas (2000), “Pemasaran Strategik dan Strategi Pemasaran”, *Jurnal Forum Manajemen Prasetya Mulya* No. 72, Tahun ke 14, p. 14-19.
- Sistianto, Drs. (2003), “*Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Startegi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran*”, Tesis, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Schiffman, Leon G. dan Lesli Lazar Kanuk (2010), *Consumer Behavior*, 10th Edition, Prentice Hall inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- Sugiono (2000), *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Setianingsih N. F. (2014), “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY)”, *Jurnal Ilmu Manajemen Program studi manajemen FE UNY*, ISSN 1693 – 7910 Volume 11, Nomor 2, April 2014.
- Sari I L N, Deoranto P., Anggarini S. (2014), “Analisis Positioning Produk Roti Dan Implikasinya Terhadap Strategi Bauran Pemasaran (Studi Kasus di Citra Kendedes Cake & Bakery Malang)”. *Jurnal Hasil-Hasil Penelitian Jurusan Teknologi Industri Pertanian*. Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya Jl. Veteran No. 1 Malang 65145 Email: [luluk\\_nurindahsari@yahoo.com](mailto:luluk_nurindahsari@yahoo.com), Juni 2014.
- Suprpto, Hadi dan Elly Setyo Rini (2009), *Pengusaha Roti Minta Stimulus Pajak*. [http://kanalbola.vivanews.com/news/read/22560pengusaha\\_roti\\_minta\\_stimulus\\_pajak](http://kanalbola.vivanews.com/news/read/22560pengusaha_roti_minta_stimulus_pajak) [19 November 2015].
- Tjiptono F. (2006), *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu media Publishing.
- Tjiptono, Fandi dan Gregorius Chandra (2006), *Service, quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Candra, Dadi Adriana (2008), *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein (2003), *Metode Riset Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Yohanna N K R. (2012), "*Persepsi Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Susu Sapi Perah di Kota Malang terbukti bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu*". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.