

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N.H. (2015). *Manajemen strategi pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Amadea, A. (2016). CFC, Restoran ayam cepat saji pertama milik Indonesia. Diakses 25 Maret 2017, dari <http://m.money.id/food/cfc-restoran-ayam-cepat-saji-pertama-dan-milik-indonesia-1604191.html>
- Assauri, S. (2015). *Manajemen pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: Rajawali Pers.
- CFC Indonesia. (2016). Laporan tahunan CFC 2015. Diakses 25 Maret 2017, dari www.cfcindonesia.com
- Yang, C.Y. (2009). 'The study of repurchase intentions in experiential marketing – an empirical study of the franchise restaurant'. *The International Journal of Organizational Innovation*. vol.2 no.2 page. 241-257.
- Faradisa, I, Leonardo B.H & Maria M.M. (2016). 'Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian coffeeshop Semarang (ICOS Café)'. *Jurnal of Management*. vol.2 no.2, Maret 2016.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling: metode alternatif dengan partial least square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2011). *Konsep dan aplikasi structural equation modeling (SEM) berbasis varian dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Irawan, D, Andry S, Adriana A & Regina J. (2015). 'Analisa pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli ulang konsumen di restoran ikan bakar Cianjur Surabaya'. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. vol.3 no.2. hlm. 475-488.

- Kurniasih, S.A. (2014). 'Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli pelanggan'. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. vol.3. no.9. hlm. 1-15.
- Kusuma, C. (2013). 'Analisa pengaruh bauran pemasaran De Boliva Signature terhadap minat beli ulang konsumen'. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. vol.2. no.1 hlm. 538-550.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Nio, S.W, Derry W.K & Agustinus N. (2013). 'Analisa persepsi atas five aspect meal model dan pengaruhnya terhadap minat beli ulang konsumen folks coffee and tea'. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. vol.2 no.1 hlm. 191-203.
- Noor, J. (2014). *Analisis data penelitian ekonomi & manajemen*. Jakarta: PT Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Peter, J.P & Jerry C.O. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. (Diah Tantri Dwiandani, Penerjemah). Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Putri, L.H. (2016). 'Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen terhadap produk naget delicy'. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. vol.1 no.2 hlm. 162-170.
- Razi, F.F & Lajevardi M. (2016). 'Sense marketing, experiential marketing, customer satisfaction and repurchase intention'. *Jornal of Marketing and Consumer Research*. vol.21 Page. 67-73.
- Sarjono, B. (2013). 'Analisis pengaruh bauran pemasaran produk, harga, lokasi terhadap minat beli ulang'. vol.9 no.3 hlm. 228-235.
- Sarjono, H & Winda J. (2015). *Structural equation model (SEM): sebuah pengantar, aplikasi untuk penelitian bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septian, N.B, Oemar W.K, Adriana A & Hanjaya S. (2014). 'Pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan proses) terhadap minat beli ulang konsumen pada warung Bu Darmi Siwalankerto Surabaya'. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. vol.2 hlm. 31-40.

- Sudaryono. (2014). *Aplikasi statistika untuk penelitian*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku konsumen dalam perspektif pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sudibyo, A.N & Cindrawan M. (2015). 'Analisa pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel perantara di domicile kitchen and lounge'. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. vol.2 hlm. 460-474.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran strategik: perspektif perilaku konsumen dan marketing plan*. Bogor: IPB Press.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Edisi 2. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, kuisisioner & analisis data untuk pemasaran dan Perilaku konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D & Fathonah E.S. (2015). *Manajemen pemasaran jasa*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjandra, C, Clairine N & Monika K. (2015). 'Analisa meal experience dan pengaruhnya terhadap minat beli ulang di restoran jepang di Surabaya'. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. vol.1 hlm. 66-81.
- Tjiptono, F & Chandra G. (2012). *Pemasaran strategik*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa – prinsip, penerapan, dan penelitian*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI.
- Top Brand Award. (2016). Top brand index 2016 fase 2 kategori makanan dan minuman. Diakses pada tanggal 23 Februari 2017, dari

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2

Usman, H & Nurdin S. (2013). *Aplikasi teknik multivariate untuk riset pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo.

Utami, C.W. (2010). *Manajemen ritel: strategi dan implementasi operasional bisnis modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Yusuf, M. (2014). *Metode penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Edisi 1. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

