

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2013. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Amstrong, Philip Kotler dan Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta.
- Handoko, T. Hani. 2011. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Hasan, A. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS.
- Jayakusumah, Herdi. 2010. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Koswara, S. 2009. *Teknologi Pengolahan Singkong*. Fakultas Teknologi.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management, 14E Edition*. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- . 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Amstrong Gary 2012, *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta :Erlangga.
- Lutfiah, S. 2006. *Analisis Perilaku konsumen Pada Pembelian Daging Ayam di Kabupaten Jember*. Skripsi. Jember. Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Priyatno, M. A. 2003. *Mendirikan Usaha Pemotongan Ayam*. Jakarta: Penebar.
- Rangkuti. 2003. *The Power of Brand*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sasangka, Ari Luhur, 2010. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Energi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Simamora, B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta. Gramedia Pustaka utama.

Soeparno. 2009. *Ilmu dan Teknologi Daging*. Universitas Gajah Mada Press, Yogyakarta. Hal. 1, 227, 228, 289, 290, 300.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.

----- . 2010. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.

----- . 2012. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sunarto. 2006. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Amus, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke Tiga. Yogyakarta: ANDI.