DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (2008). *Attitudes and Attitude Change*. WD Crano eds: Psychology Press.

Anderson, E.N., 2005, *Semua Orang Makan Pemahaman Makanan Dan Kultur. New York.* New York: University Press

Anatan, L., Ellitan, L. (2009). Manajemen Sumber daya Manusia Dalam Bisnis Modern. Alfabeta. Bandung.

Ashakiran., Deepthi, R. (2012). *Fast foods* and their Impact on Health. *Journal of Krishna Institute of Medical Sciences University*, 1(2), 7-15.

Badan POM. (2017). *Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Tahun 2017*. Retrieved from http://www.pom.go.id

Badan Pusat Statistik. (2019). *Ekonomi Indonesia 2018 Tumbuh 5,17 Persen*, Retrieved from https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/02/06/1619/ekonomi-indonesia-2018-tumbuh-5-17-persen.html.

Baskora, R.A.P., Sutardji, Woro, O. (2011). Sistem Informasi Perencanaan Pola Hidup Sehat melalui Keseimbangan Aktivitas dan Asupan Makanan, *Jurnal Media Ilmu Keolahragaan Indonesia*, 1(2), 181-194.

Drummond, K.E., Brefere, L.M. (2010). *Nutrition for Foodservice and Culinary Profesisional's. Seventh Edition.* New Jersey. John Wiley & Sons, Inc, 3-4.

Durianto, D. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek (cet. ke-10)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.

Ferrinadewi, erna. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha ilmu: Yogyakarta.

Fontana, Avanti. (2011). *Inovate We Can!*. Jakarta: PT. Gramedia.

Grankvist, G., Biel, A. (2001). The importance of beliefs and purchase criteria in the choice of eco-labeled food products, *Journal of Environmental Psychology*, 21(4): 405-410.

Harini. (2008). *Makroekonomi Pengantar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Hasan, Ali. (2008). *Marketing*. Penerbit MedPress (Anggota IKAPI): Yogyakarta.

Hoque, M.Z., Alam, Md.N., Nahid, K.A. (2018). Health Consciousness and Its Effect on Perceived Knowledge, and Belief in the Purchase Intent of Liquid Milk: Consumer Insights from an Emerging Market, *Foods*, 7 (150), 1-21.

Idayati, Nurwahyuni., Pratiwi, Yustina. (2008). *Garnish Buah dan Sayur (hiasan pengundang selera).* Kanisius.

Imamtoro, F., Suharyono, Sunarti. (2018) Pengaruh Citra Merek Iklan Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Terhadap Konsumen Mie Instan Di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh), *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1), 180-187.

Kirana, D. (2018). *Pengaruh Cita Rasa, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. Thesis. Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Ponorogo.

Kentucky Fried Chicken. (2016). *Kentucky Fried Chicken Information*. Retrieved from http://www.kfcku.com/.

Kotler, Philip., Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jilid Pertama dan Kedua. PT. Indeks: Jakarta.

Lamarto,Y. (1996). *Prinsip Pemasaran, edisi ketujuh jilid satu*. Jakarta: Erlangga.

Lena, E., Anatan. L. (2009). *Manajemen Inovasi*: *Tranformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia.* Bandung: Alfabeta.

Michaelidou, N., Hassan L.M. (2008). The Role of Health Consciousness: Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intentions towards Organic Food, *International Journal of Consumer Studies,* 32, 163–170.

Nanik, K. (2009). *Kebisaaaan Konsumen Fast Food Pada Siswa Yang Berstatus Gizi Lebih Di SMA Kartini Batam.* Skripsi.

Napitasari, A. (2018). Analisis Minat Beli Konsumen Pada Restoran Bersertifikat Halal MUI Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* 7(5).

Nuri, R. (2009). *Hubungan Antara Aktivitas Fisik, Frekuensi Konsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food)dan Keterpaparan Media Dengan Kejadian ObesitasPada Siswa SD Al-Azhar Jakarta Selatan Tahun 2009.*Skripsi.

Permatasari, R, Y., Fauzi, A. Yulianto, E. (2014). Pengaruh Periklanan Terhadap Faktor Psikologis Yang Berdampak Terhadap Keputusan Pembelian. Jurna; Administrasi Bisnis, 8(2).

Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. (2000). *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama Edisi Bahasa Indonesia. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Phan, T.A.,Mai, P.H. (2016). Determinants Impacting Consumers' Purchase Intention: The Case of *Fast food* in Vietnam. *International Journal of Marketing Studies,* 8(5), 56-68.

Rachmawati, R., 2011. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*. 2(2).

Sarijani., E., Baedhowi., Sawiji.,H. (2014). Peran Kreativitas Dan Inovasi Pelaku Usaha Dalam Diversifikasi Produk Kuliner Pada Steak & Chicken Di Kab. Magetan. Jurnal.

Septiana. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Di E-Commerce.* Skripsi. Universitas islam Indonesia.Yogyakarta.

Setiawan, E. (2016). Pengaruh Sosialisasi Kuliner, Inovasi, Produk Kuliner Dan Citra Produk Kuliner Terhadap Minat Beli Konsumen Kuliner Tradisional Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen.* 12(2), 105-112.

Shaharudin, M.R., Sabur, A., Mansor, S.W., et al. (2011). Innovative Food and Its Effects toward Consumers' Purchase Intention of *Fast food* Product, *Canadian Social Science*, 7(1), 110-118.

Simamora, B. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan. Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Stender, S., Dyerberg, J., Astrup, A. (2007). *Fast food*: unfriendly and unhealthy, *International Journal of Obesity*, 31, 887–890.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R.*, Bandung: CV Alfabeta.

Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.

Suliyanto. (2011). E*konometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPS.*, Yogyakarta: Andi Offset.

Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Susanto, A. (2016). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati Demak.* Skripsi. Universitas Negeri Semarang. Semarang.

Tamba, Darwis. (2010). Aplikasi *Theory Of Planned Behavior* Untuk Memprediksi Perilaku Mahasiswa Membeli Laptop Lenovo. Medan.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset

Veronica. (2016). *Pengaruh Iklan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen, Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.

Vogli, R.D., Kouvonen, A., Gimeno, D. (2014). The influence of market deregulation on *fast food* consumption and body mass index: a cross-national time series analysis, *Bull World Health Organ*, 92, 99–107A.

Wardani, H.S. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.

Yamit, Z. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonosia.