

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aminudin, L. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Store Atmosfir terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada KFC Mega Mas Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 703–715.
- Anggraeni. (2019). Hubungan kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi dengan keputusan pembelian (studi kasus pizza hut mataram Jakarta Timur). Skripsi, 1-50
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Cakranegara, P.A. (2020). Gerai Kopi di Jakarta dalam Adaptasi Kehidupan Baru. *Journal of Tourism Research*, vol.2(2), 1-7.
- Dewi, O. I. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya. *Agora*, 6(2), 2–7.
- Econ. (2021). *Pemerintah Apresiasi Kolaborasi Mendorong Pertumbuhan Industri Kopi Indonesia*. Econ.Go.Id. Diakses pada 13 September 2022.
- Evelina, N. (2012). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi*. 1–11.
- Fachriza, F. I., & Moeliono, N. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 139–148.
- Fahmi, M. R. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Richeese Factory Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(7), 1–15.
- Fatmarani, S. (2022). *Aroma Segar Bisnis Kopi Indonesia Dari Hulu ke Hilir*. UMKMINDONESIA.ID. Diakses pada 15 September 2022.
- Fraenkel. J.R Wellen, N.E (2011). *How to Design and evaluate research in Education*. New York : McGraw-Hill
- Fitri, K. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Pembelian Produk

- Handphone Nokia E-series. *Jurnal Manajemen*, 100, 1–13.
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Valuta*, 2(2), 286–303.
- Hanifaradiz, A., & Satrio, B. (2016). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sabun mandi Lifebuoy di Surabaya. *Ilmu Riset Dan Manajemen*, 5(6), 1–17.
- Hasbiyadi, Mursalim, Suartini, Djunaid, S., & Masrum, A. A. (2017). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Villa Samata Sejahtera Pada Pt . Sungai Saddang. *Jurnal Ilmiah Boganya (Manajemen & Akuntansi)*, Xxii. 57–64.
- Harahap, Z. (2020). Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta. *Seminar Nasional Dan Call For Paper*, h 171.
- Herjanto, E. (2007). *Manajemen Operasi (Edisi 3)*. Jakarta: Grasindo.
- Hermawan, H. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(2), 1–15.
- Idris Rusadi Putra. (2018). *Bisnis cafe di Tanah Air*. Merdeka.Com. Diakses pada 20 September 2022.
- Indonesia, K. P. R. (2019). *Industri Pengolahan Kopi Semakin Prospektif*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <https://kemenperin.go.id>. Diakses pada 27 Agustus 2022.
- Irwanti, S. (2017). Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern. *Jurnal Al-Khitabah*, III(1), 33–47.
- Kamal, Ibrah Mustafa. (2012). *"Analisis Prediksi Kebangkrutan Pada Perusahaan Perbankan Go Public Di Bursa Efek Indonesia"*. Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian. (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan)* (Jilid Kedua). Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Luthfia, W. E., & Astuti, R. T. (2012). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada coffee shop kofisyop tembalang. *PhD Diss., Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*.
- Mahmudan, A. (2022). *Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021? Data Indonesia*. <https://dataindonesia.id>. Diakses pada 2 September 2022.
- Pandu Adi Cakranegara. (2020). Gerai Kopi di Jakarta dalam Adaptasi Kehidupan Baru. *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, 2(02), 1–7.
- Pertiwi, M. I., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker ' s King Donuts & Coffee di MX Mall Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(1), 179–186.
- Peter, J. P., & Jerry, C. O. (2006). *Consumer Behaviour, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran: alih bahasa Damos Sihombing*. Jakarta: Erlangga.
- Portal Informasi Indonesia. (2022). *Semerbak Harum Industri Kopi Indonesia*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id>. Diakses pada 2 September 2022.
- Roisah, R., & Riana, D. (2016). Telaah hubungan citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 100–107.
- Putra. (2018). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian transaksi E-pulsa (studi kasus di indomaret Sudirman Tangerang). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, vol.3(2), 48-60.
- Roisah, R., & Riana, D. (2016). Telaah hubungan citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 100–107.
- Santoso, N. C., & Hidayat, W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Rotiboy di Mall Kota Semarang). *Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro*, 8(4), 1–12.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

- Suharsimi, A. (2006). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Bina Aksara.
- Suryati, L. (2015). *Pemasaran Manajemen: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sutrisno, N. A.-R. R. A., Widodo, J., & Zulianto, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rm Ayam Bakar Wong Solo Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(2), 259.
- Swastha, B. (2008). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Ujang Sumarwan, Ahmad Fauzi, Asep Mulyana, Bagio Nugroho Karno, P. K. M. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen: Panduan Riset dan Kajian, Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Risiko* (Seri: 1). Bogor: IPB Press.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian*. Sukoharjo: Pustaka Bengawan.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2058–2067.
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Widyaningrum, A. W. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Pada Laboratorium Trans Indo Medical Di Nganjuk. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)*.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa (Edisi Kedua ed.)*. Jakarta: PT Indeks.