

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Jakarta Selatan : Penerbit Salemba Empat
- Alam DF. 2021. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pada Coffee Omah Kota Bekasi*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Islam 45 Bekasi. Kota Bekasi
- Amanda Tasya, dkk. 2021. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Waroeng Hotplate Odon Bogor*. Jurnal Agribisnis Indonesia (*Journal of Indonesian Agribusiness*) 43 Vol 9 No 1, Juni 2021; halaman 43-54. <https://doi.org/10.29244/jai.2021.9.1.43-54>
- Ardian D. 2019. *Kafepedia : A-Z Tentang Bisnis Kafe*. Yogyakarta : Laksana.
- Arfah, Rezki. 2020. *Pengaruh Persepsi dan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Makassar*
- Bimo Walgio. 2005. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Craven DW. 1997. *Pemasaran Strategis Ed Ke-4*. Jakarta (ID): Erlangga.
- Faizal H, Siti Nurjanah. 2019. *Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol. 4, No.2. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i2.271>
- Firdaus, M. 2014. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Foenay EE, dkk. 2020. *Pengaruh Reward Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di Pdam Tirta Lontar Kabupaten Kupang*. *Journal Of Management (SME's)* Vol. 11, No.1. <https://doi.org/10.35508/jom.v11i1.2320>
- Ghozali I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hawkins DI, Best RJ, Coney KA. 1997. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York (US): Mc Graw-Hill Companies, Inc.
- Indriyati IN, dkk. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Persepsi Pelanggan Pt Home Credit Indonesia*. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis, Vol. 4 No. 2. <https://doi.org/10.17358/jabm.4.2.261>
- Kelanohon AS. 2021. *Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Di "Tjangkir Kopi" Bekasi*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Islam 45 Bekasi. Kota Bekasi.

- Kotler P, Amstrong G. 2008 . *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lazuardi M dan Triady MS. 2015. *Ekonomi Kreatif : Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. PT Republik Solusi.
- Lin Su Mei. 2011. *Marketing Mix (7P) and Performance Assesment of Western Fast Food Industry in Taiwan: An Application by Associating DEMATEL and ANDI* *African Journal of Business Management Vol.5, No. 26*. 10634-10644. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.894>
- Liwe F. 2013. “Kesadaran Merek, Keragaman Produk dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di 100 Kentucky Fried Chickrn Manado”. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No. 4 Hal. 2017-2116. <https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.3420>
- Maningkas AC. 2020. *Pengaruh Persepsi Pelanggan Terkait Aplikasi Pemasaran Media Sosial Terhadap Niat Pembelian*. Skripsi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Yogyakarta
- Maranda S. 2019. *Pengaruh Reward Terhadap Kinerja Karyawan Di Persada Indonesia Dan Pt. Arminareka Perdana Cabang Surabaya*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Michael T. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi)*. Surabaya : CV. R.A.De.Rozarie.
- Ningsih DS, dkk. 2019. *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Loyalitas Pelanggan Event Organizer (studi kasus: Pada Smart FM Banjarmasin)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Program Studi Manajemen. Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari.
- Pradipta H. 2018. *Menganalisis Bisnis Kopi, Minuman Primadona Kawula Muda Indonesia*. Jakarta: Mokapos.com. Tersedia dalam Mokapos database.
- Pratiwi NKS, dkk. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mcdonald's Di Kota Denpasar*. *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* Pebruari 2021, Vol. 1 (No. 1): Hal 94-114. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1152>
- Prorina R. 2014. *Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Restoran Sop Buah Pak Ewok Bogor*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Purba. 2012. *Analisis Pengaruh Persepsi Nilai Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Private Label Hypermarket Carrefour Di Kota Semarang*. Diss. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.

- Rao AR, Monroe KB. 1988. *The moderating effect of prior knowledge on cue utilization in product evaluations. Journal of Consumer Research*, 15(2): 253-264. <https://doi.org/10.1086/209162>
- Saefudin BR, Deaniera AN, Rasmikayati E. 2020. “*Kajian Perbandingan Preferensi Konsumen pada Kedai Kopi di Cibinong Kabupaten Bogor*”. *Jurnal Ilmu Pertanian*. Vol. 5 No. 1. <https://doi.org/10.35329/agrovital.v5i1.637>
- Safitri Dewi. 2020. *Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Promosi, Tempat) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toserba Umami Di Desa Mojomati Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Sangadji EM dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktisi Disertai Himpunan Jurnal Peneliti)*. Yogyakarta : Andi.
- Saragih, I. K., Rachmina, D., & Krisnamurthi, B. (2020). Analisis status keberlanjutan perkebunan kelapa sawit rakyat Provinsi Jambi. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 8(1), 17-32. <https://doi.org/10.29244/jai.2020.8.1.17-32>
- Sebagustionnes A, dkk. 2022. *Tren onsumsi kopi robusta pada tingkat usia di OKU Selatan*. : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Volume 4, Spesial Issue 5, 2022 P-ISSN: 2622-2191 E-ISSN : 2622-2205. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4iSpesial%20Issue%205.1622>
- Siregar S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta : Kencana
- Siregar S. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta : Kencana.
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi.
- Straughan RD, Roberts JA. 1999. *Environmental segmentation alternatives: a look at green consumer behaviour in the new millennium. Journal of Consumer Marketing*, 16(6): 558-575. <https://doi.org/10.1108/07363769910297506>
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunny T.H. Goh, Khoo Kheng-Hor. 2005. *Marketing Wise (Pendekatan Inkonsvensional Terhadap Strategi Pemasaran Asia)*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia, Hlm. 4

- Suparyani E, Djakaria A. 2010. *Pengaruh jumlah saluran distribusi terhadap omzet penjualan (studi kasus pada pt. heinz ABC Indonesia cabang Bogor)*. Jurnal Ilmiah Ranggagading 10(2): 95–102. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/132963>
- Suryani. 2012. *Perilaku Pelanggan dan Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Jakarta: Grahailmu.
- Tan ER. 2011. *Pengaruh faktor harga, promosi dan pelayanan terhadap keputusan konsumen untuk belanja di alfamart surabaya*. Jurnal Kewirausahaan 5(2): 25–40
- Tjiptono. 2008. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. CV. Andi Offset
- Toffin. 2020. *Brewing in Indonesia: Insights for Successful Coffee Shop Business*. Jakarta: Toffin Indonesia. Tersedia dalam Toffin Indonesia database. <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riset-2020-brewing-in-indonesia/>
- Wardhani W, dkk. 2015. *Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product*. Jurnal Manajemen dan Organisasi Vol. 6 No. 1 (2015). Institut Pertanian Bogor. <https://doi.org/10.29244/jmo.v6i1.12183>
- Wijaya, dkk. 2021. “*Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*” . Vol . 8 No . 1 Februari 2021 E - ISSN PELANGGAN Oleh : Amna Mawardi Program Studi Manajemen – STIE DR KHEZ Muttaqien” 8 (1). <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i1.171>
- Zeithaml VA. 1988. *Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence*. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>