

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku / *E-book*

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Alfabeta (ed.); 9th ed.).
- Andry, E. I. N. M. M. A. A. T. S. (2022). Strategi Pemasaran - Google Books. In E. P. S. Debi Eka Putri (Ed.), *Global Eksekutif Teknologi*. Global Eksekutif Teknologi. https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Pemasaran/uaWEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=peranan+harga&pg=PA94&printsec=frontcover
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT. Gramedia.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press. https://www.google.co.id/books/edition/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN/PYfCDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis*. SAH MEDIA. https://www.google.co.id/books/edition/Administrasi_Bisnis/SkFtDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Keller, K. L. (2001). Marketing management. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/ssmt.2001.21913cab.040>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Musfar. (2020a). *Manajemen Memasarkan: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok daam Manjemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Musfar, T. (2020b). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Rachman. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap*

Loyalitas Pelanggan.

- Rachmat, Z. (2023). *Administrasi Bisnis* (Oktaviani (ed.)). PT. Global Eksekutif Teknologi. https://www.google.co.id/books/edition/Administrasi_Bisnis/A-GIEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.*
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Kosep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (2nd ed.). CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.* Andi.
- Zeithaml, V. ., Bitner, D. ., & Gremler. (n.d.). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6thed.* Mc. Garw-Hill.

2. Jurnal Ilmiah

- Amalia, F. N., Ariadi, B. Y., & Widyastuti, D. E. (2022). Analisis Perbandingan Ekuitas Merek Kedai Kopi Janji Jiwa dengan Kedai Kopi Kenangan di Kota Malang. *Agrimor*, 7(2), 45–53. <https://doi.org/10.32938/ag.v7i2.1589>
- Argoindustri. (2021). *2021, Konsumsi Kopi Indonesia Mencapai 370 Ribu Ton* *ArgoIndustri Databooks.* 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.8>
- Fitri, A., Berliana, D., & Anggraini, N. (2021). Pengadaan Bahan Baku Produk Kopi Ready to Drink pada Coffee Shop di Kota Bandar Lampung. *Agrimor*, 6(1), 42–48. <https://doi.org/10.32938/ag.v6i1.1242>

- Gery, M. H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen the Aliga Hotel Padang. *Menara Ilmu*, 12(9), 92–102.
- Mahendra Eza, A., Satya, I., Suryawardana, E., Ekonomi, F., & Semarang, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Deva Elektronik). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 363–369.
- Oroh, G. J. et al. (2023). Penerapan Marketing Mix 7P Pada CV. Indocipta Karya Gemilang Leilem. *Jurnal EMBA*, 11(1), 465–474. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/45933>
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Rahayu, S., Mintarti, S., & Nadir, M. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas serta harga terhadap minat konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM)*, 3(1). <https://doi.org/10.29264/JIEM.V0I0.2501>
- Sundoro, S., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Legendaris*. 11(1), 131–141..

3. Sumber lain

- Nabilah, M. (2023). Indonesia Jadi Produsen Kopi Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022/2023. *Databoks*, 2. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/indonesia-jadi-produsen-kopi-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-20222023#:~:text=Indonesia tercatat sebagai negara penghasil,sebanyak 10%2C5 juta kantong>