

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Assauri, S. 2019. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A. F., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* ISBN: 978-623-7066-33-0. In *Pustaka Ilmu* (Issue March).
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Ismail Nurdin, dan Hartati, Sri. (2019). *Metodologi Penelitian sosial*. Surabaya : Media Sahabat Cendikia
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (A. Pramesta (ed.)). Penerbit Andi.
- Sudarsono. (2022). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

### Jurnal:

- Alhaq, D. D., & Dewi, Citra Kusuma, S.E, M.A.B, P. . (2020). *Pengaruh marketing mix terhadap minat beli bright gas di kota bandung*. *E Proceeding of Management*, 7(2), 6666–6674.
- Diza Pertama, M., & Irna Setiawati, C. (2020). *Pengaruh Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion, Process, People, Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Misbar Kota Bandung*. *E- Proceeding Of Management*, 7(2), 6675–6683.
- Ernawati, R. (2021). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta*.

*Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>

Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2021). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung Analysis of the Effect of Price, Promotion, Service Quality, and Brand Image on Purchasing Decisions on Shopee Users in Bandung*. 8(4), 3340–3353.

Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). *Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19*. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>

Manap, A., Sani, I., Acai, S., Henny, N., Rambe, Muhammad, T., Rina, R., Yudi, A., Abdurohim, Suhroji, A., Fitriani, F., Shanti, P., Edi, M., & Euis, W. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi)*. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

Purwanti, A. (2022). *Menghirup Aroma Wangi Potensi Industri Kopi*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/metro/2022/02/09/menghirup-aroma-wangi-potensi-industri-kopi>

Pratama, A. B., & Saino, S. (2022). *Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian*. *Jurnal Manajemen*, 13(4), 630–637. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v13i4.9890>

### **Website:**

Aeni, S. N. (2022, Mei 25). 10 Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia, Indonesia Salah Satunya. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/berita/internasional/628e09c8406dd/10-negara-penghasil-kopi-terbesar-di-dunia-indonesia-salah-satunya>

Ashri, A. F. (2023, Oktober 21). Punya Potensi Besar, Kopi Kuningan Jadi Incaran Kedai hingga Eksportir. *Harian Kompas*.

Databoks. (n.d.). 2021, Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton. *Databoks*. Retrieved Oktober 21, 2023, from

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>

Kemenperin: *Industri Pengolahan Kopi Semakin Prospektif*. (n.d.). Retrieved Oktober 18, 2023, from <https://kemenperin.go.id/artikel/21117/Industri-Pengolahan-Kopi-Semakin-Prospektif>

Purwanti, A. (2022, Februari 9). *Menghirup Aroma Wangi Potensi Industri Kopi*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/metro/2022/02/09/menghirup-aroma-wangi-potensi-industri-kopi>