

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran*.
- Abshor, M. U., & Leonardo B Hasiolan, S.E., M.M, D. M. S. P. M. S. (2018). Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk torabika duo. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1–15.
- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Alma, B., & Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran (edisi pertama)*.
- Asiati, D. I., & Palembang, U. M. (2017). *Balance Vol. XIV No. 2 | Juli 2017 PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KARAKTERISTIK PEMBELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE. XIV(2)*.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Beritasatu. (2020). *Kopi Kenangan Resmikan Pusat Pelatihan Barista*.
- Chaffey, D. F. E.-C. (2016). Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Dewi, D. M., & Wahdi, A. (2020). *Bisnis dan Perencanaan Bisnis Baru “3PNR Dayak Onion Cookies” Kue Kering Berbasis Bawang Dayak: Tanaman Obat Endemik Kalimantan*.
- Dibb, S. (2012). *Marketing Briefs: A Revision and Study Guide*.
- Finance, D. (2019). *Kedai Kopi di RI Bertambah 2.000 Dalam 3 Tahun*.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*.
- Fure, H. (2013). LOKASI, KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI PADA PASAR TRADISIONAL BERSEHATI CALACA. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2023>
- Handayani, T., & Anwar Fathoni. (2019). *Manajemen Pemasaran Islam*.
https://books.google.co.id/books?id=MEnGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tati+handayani+dan+fathoni&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjWiJ_TuvzsAhWh7HMBHbmrDKgQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=tati+handayani+dan+fathoni&f=false

- Hassanien, A., & Dale, C. (2013). *Facilities Management and Development for Tourism, Hospitality and Events*.
https://books.google.co.id/books?id=s4tcBAAQBAJ&dq=an+attention+creating+medium&hl=id&source=gbs_navlinks_s
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*.
https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ&dq=indikator+harga+menurut+indrasari+2019&source=gbs_navlinks_s
- Katadata. (2019a). *Orang Indonesia Tertarik Belanja Online kalau Ada Fasilitas Ini*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/27/gratis-ongkos-kirim-dorong-orang-indonesia-belanja-online>
- Katadata. (2019b). *Usung Konsep Grab and Go, Kopi Kenangan Jual 2 Juta Kopi per Bulan*. <https://katadata.co.id/desyetyowati/berita/5e9a4e61f2e71/usung-konsep-grab-and-go-kopi-kenangan-jual-2-juta-kopi-per-bulan>
- Kementerian Pertanian. (2018). *Konsumsi Kopi Indonesia*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). 市场营销 Principles of Marketing SIXTEENTH EDITION Philip. In *Invasive Bladder Cancer*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Global Marketing Management. In *Journal of Global Marketing* (Vol. 22, Issue 4).
<https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah, H. (2018). Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion*, 1(1), 9–22. <https://doi.org/10.33648/ijoaser.v1i1.2>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Berbasis Kompetensi)*.
- Machali, I. (2018). *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan*.
- Mico, S. (2020). *KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMIILIH PERGURUAN TINGGI: PERSPEKTIF MANAJEMEN PEMASARAN*.
- Oktaviani, O. (2015). *Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Flashy Bandung (Studi Kasus Pada Distro Flashy Bandung)*. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/123456789/128>
- Organizations, I. C. (2020). *World Coffee Consumptions*.
<http://www.ico.org/prices/new-consumption-table.pdf>
- Pranata, A. (2020). *Perancangan Website Untuk Menunjang Promosi Pada Sekolah Umum*.
https://books.google.co.id/books?id=nMf0DwAAQBAJ&dq=definisi+promosi+menurut+pranata+2020&source=gbs_navlinks_s
- Rahmah, K., Sumarwan, U., & Najib, M. (2018). The Effect Of Brand Equity, Marketing Mix, And Lifestyle To Purchase Decision At Maxx Coffee, Bogor. *Journal of Consumer Sciences*, 3(2), 01.
<https://doi.org/10.29244/jcs.3.2.01-15>

Muhammad Rafliatha, 2021

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE KOPI KENANGAN DITINJAU DARI PENGARUH MARKETING MIX

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Rizqillah, M., & Kurniawan, P. H. (2019). Pengaruh promosi , kualitas dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi Snobby di kota Batam. *Jurnal Ilmiah Core It*, 8(x), 95–106.
- Rusman, M. R. (2020). *Budaya dan Kontrasepsi*.
- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. ANDI.
- Sipayung, M. L., & Sinaga, A. H. (2017). Marketing Mix Effect and Quality Product Purchase Decision on Rice Pandaraman in South Tapanuli Region. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(03), 85–89.
<https://doi.org/10.9790/487x-1903028589>
- Sukri, S. Al. (2020). *BASIC MARKETING STRATEGY: Konsep Marketing Mix dan Ekuitas Merek*.
https://books.google.co.id/books?id=Xyf_DwAAQBAJ&dq=saipul+al+sukri+2020&source=gbs_navlinks_s
- Sunardi, Tarik Ibrahim, J., & Tain, A. (2016). Agricultural Socio-Economics Journal ANALYSIS THE EFFECT OF MARKETING MIX IN PURCHASING DECISION OF GROWING UP MILK (GUM) ON THREE SOCIO-ECONOMIC CLASSES IN MALANG. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 02(2), 87–96.
- Supriadi. (2018). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*.

- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*.
- Tempo, B. (2019). *Cerita Kopi Janji Jiwa Punya 700 Outlet dalam 1,5 Tahun*.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*.
- Top Brand Index. (2020). *Top Brand Index Kategori Makanan & Minuman*.
- Untari, D. T. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN: KASUS DALAM PENGEMBANGKAN PASAR WISATA KULINER TRADISIONAL BETAWI*. 197.
- Walangitan, R. J., Wantasen, E., Santa, N. M., & Manese, M. A. V. (2017). *Analisis of Marketing Mix ' s Factors on Purchasing Decision of UHT (Ultra High Temperature) Milk in Hypermart Manado Town Square City of Manado , North Sulawesi Province - Indonesia*. 19(8), 64–70.
<https://doi.org/10.9790/487X-1908016470>
- Warnadi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*.
- Watae, R. H., Worang, F. G., Soepeno, D., & Ratulangi, U. S. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Billy Samrat Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 4245–4254.
<https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18390>
- Yudhanto, Y. (2019). *Information Technology Business Start-Up*.
https://books.google.co.id/books?id=10uHDwAAQBAJ&dq=kompleksitas+dan+keragaman+proses+dalam+bauran+pemasaran&hl=id&source=gbs_navlinks_s