

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri. (2010). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, & Strategi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Anne Putri. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Kedai Kopi Serasi*. Jurnal manajemen strategi dan aplikasi bisnis. Volume 1 no.2, hlm 137-144.
- Bernadin Dwi M & Fiandri (2016) *Marketing Mix Analysis On The Performance Of marketing On Micro, Small, and Medum Enterprises (MSME) Fashion Sector In Depok West Java. SEMNAS FEKON 2016*.
- A.A Ngurah Diant, Zaitun Arifin dan Inggang Perwangsa Nuralam (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Studi kasus pada pembeli digerai Starbucks dikota Surabaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Volume 61 no.2, hlm.202-209.
- Deliyanti. (2012). *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Laks Bang.
- Echdar (2017). *Metode Penelitian Majemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ferdinand.A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali.I. (2014). *Structural Equation Modeling Method & Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali.I (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan. (2013). *Marketing & kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Hanapsari. (2017). *Seluk-Beluk Promosi & Bisnis*. Yogyakarta: A PLUS BOOKS.
- Herdioko (2017). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Produk Kopi Secara Daring (Studi Kasus Pada Situs Internet Otten Coffee)*. Jurnal manajemen pemasaran. Volume 12 no.2.
- International Coffee Organization (ICO). (2019) *Jumlah petani kopi Indonesia no 3 dunia*. Pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/10/sebaran-jumlah-lahan-produsen-kopi-di-dunia> diakses tanggal 15 Februari 2020 pukul 21.15 wib.

- Kurniawan. (2014). *Total Marketing Pemasaran*. Yogyakarta: Badan penerbit KOBIS.
- Kotler, Philip & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, edisi 13 jilid 1*. (Bob Sabran, Penerjemah), Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management, Global Edition 15*. Unites State: *Person Education. Inc.*
- Kotler & Armstrong (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kementerian Pertanian. (2018). *data statistik Jumlah konsumsi kopi di Indonesia pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>* diakses tanggal 15 Februari 2020 pukul 20.00 wib.
- Kamuda Ningrat, Nina Maharani (2019). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Kopi Aruna Dine And Coffee Bandung. Journal of Management*. Volume 5 no.1, hlm 751-756.
- Limakrisna & Purba. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi dalam Bisnis)*, Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Noor,J. (2014). *Analisis Data Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo.
- N. Halim, A. Iskandar (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli*. Jurnal Riset Manajemen Bisnis. Volume 4 no.3, hlm. 415-424.
- Rosyadi. (2018). *Strategi dan Taktik Promosi Produk*. Malang: Empatdua Media.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Setiyaningrum, Udaya & Efendi.(2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSEET.
- Sumarwan. (2015). *Pemasaran Strategik (Perspektif Perilaku konsumen dan Marketing Plan)*. Bogor: IPB Press.
- Satria. A (2017). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. Journal Management and Start Up. Volume 2,hlm.45-53.*
- Tjiptono & Diana. (2016). *Pemasaran (Esensi & Aplikasi)*.Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

Utami (2017). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli*

Sayuran Organik Dipasar Sambas Medan. Jurnal Niagawan. Volume 6
no.2, hlm. 44-52.

Wijayanti. (2017). *Marketing Plan!*. Jakarta: PT Gramedia.