

DAFTAR PUSTAKA

- A, S. (2019). Analysis Effect of 7P Marketing Mix on Consumer Purchase Decisions Case Study in Britania Educational Institutions. *International Journal of Advanced Research*, 7(5), 1049–1053. <https://doi.org/10.21474/ijar01/9134>
- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi publisher.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Anggraini, C., & Panjaitan, T. (2017). *Pemasaran Jasa*. Surabaya: jakad media publishing.
- Arifin, H. S. (2019). *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Artawan, I. P. P. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tour Package PT Smailing Tour Di Bali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali – Indonesia. 11, 1249–1274.
- Aryani, L. (2016). *Di Online Shop Lazada*. 39–52.
- Assuari, S. (2014). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (cetakan ke). Bandung: alfabeth.
- Budiarta, K., Ginting, S. O., & Simarmata, J. (2020). *Ekonomi dan Bisnis Digital* (A. Rikki, ed.). Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Carolina, E., Santoso, I., & Deoranto, P. (2014). Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healty Food Bar Di Malang The Effects of Mix Marketing (7P) and Consumers Behavior to Healthy Food Bar Product Purchasing Decision in Malang Region. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 15(3), 201–212.
- Cendani, T. P. (2017). Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Jasa Laundry Sepatu (Studi Pada Glow Shoes Care). *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1–15. Retrieved from http://eprints.dinus.ac.id/22709/3/jurnal_19605.pdf
- Chaffey, D., & Ellis, F. C. (2020). *No Title*. United Kingdom: Pearson Education, Inc. © 2016.

- Dahwilani, D. M. (2019). Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia. *I News*. Retrieved from <https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>
- Duta, P. T., & Nusantara, P. (2015). Jurnal Produktivitas (JPRO) Prodi Manajemen FEB UM Pontianak. *Jurnal Produktivitas (JPRO) Prodi Manajemen FEB UM Pontianak*, 001(Nim 121310095), 2355.
- Dwi, O., Lestari, P., & Handayani, T. (n.d.). *Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk Black Shine*. 105–114.
- Eganael Putra, Q., Jiwa Husada Tarigan, Z., Br Sitepu, R., & Kumar Singh, S. (2020). The Impact of Marketing Mix on the Consumer Purchase Decision in the Surabaya - Indonesia Hotel Residence. *SHS Web of Conferences*, 76, 01038. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601038>
- Fajrin, D. K. (n.d.). *Analisis Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada*. (1), 1667–1681.
- Febrianty, Nurmiati, Luthfi Parinduri, Sarida Sirait Natasya Virginia Leuwol, Julyanthry, Edy Dharma, A. S. (2020). *Pengantar Bisnis: Etika, Hukum & Bisnis Internasional* (A. R. & J. Simarmata, ed.). Retrieved from kitamenulis.id
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (3rd ed.). Semarang: universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (edisi 5). Semarang: universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2019). *pemasaran produk dan merek (planning & strategy)* (terbitan). CV. Penerbit Qiara Media, Pasuruan.
- Firmansyah, M. anang. (2018). *perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)* (1st ed.). yogyakarta: Deep Publish.
- Gede Marendra, I., tabel Kata kunci, F., Pemasaran, B., Pembelian, K., Linear Berganda, R., & Hipotesis, U. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret)*. 1(3), 2598–2823.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: universitas Diponegoro.
- Handayani, T., & Fathoni, muhammad anwar. (2019). *buku ajar pemasaran islam* (M. S. Dr.Suryani, ed.). yogyakarta.

- Hanifaradiz, A., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy Di Surabaya. *Ilmu Riset Dan Manajemen ISSN : 2461-0593*, 5(6), 1–17.
- Index, top brand. (2020). Top Brand Award. Retrieved from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=starbucks
- Indrasari, M. (2019). *pemasaran dan kepuasan pelanggan*. surabaya: Unitomo Press.
- Juliansyah, N. (2014). *Analisis data penelitian ekonomi & manajemen / Juliansyah Noor*. Jakarta: Grasindo.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kotler, Phillip. (2016). *Marketing Management* (edisi 15th). england: Pearson Education, Inc. © 2016.
- Kris H Timotius. (2017). *pengantar metodologi penelitian pendekatan manajemen pengetahuan untuk perkembangan pengetahuan* (P. Christian, Ed.). yogjakarta: cv andi offset.
- Kurniawan, D. (2019). Kedai Kopi di Indonesia Hampir Mencapai 3.000 Gerai. *VOI*. Retrieved from <https://www.voi.id/berita/925/kedai-kopi-di-indonesia-hampir-mencapai-3-000-gerai>
- Kwok, L., Tang, Y., & Yu, B. (2020). The 7 Ps marketing mix of home-sharing services: Mining travelers' online reviews on Airbnb. *International Journal of Hospitality Management*, 90(July), 102616. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102616>
- Lindawati, S., Hendri, M., & Hutahaean, J. (2020). *Pemasaran Digital* (J. S. & W. M. Kifti, Ed.). Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Musfar, tengku. (2020). *Bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*. Bandung: CV Media Sains Indonesi.
- Nugroho, D. A. (2017). *Pengantar Manajemen untuk organisasi bisnis, publik dan nirlaba*. malang: universitas Brawijaya Pres (UB press).
- Nugroho, R., & Japariato, E. (2013). Pengaruh People , Physical Evidence , Product , Promotion , Coffee Cozies Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–9.
- Parmana, P., Fahmi, I., & Nurrohmat, D. R. (2019). The Influence of Marketing Mix Factors in Purchasing Decision for Wooden Furniture Case of Furnimart Bogor. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(1), 54–64. <https://doi.org/10.17358/ijbe.5.1.54>

- Pradika, H. (2019, November). Pertumbuhan Bisnis Kedai Kopi. *Swa.Co.Id*. Retrieved from <https://swa.co.id/swa/trends/pertumbuhan-bisnis-kedai-kopi>
- Ricky Martjiono, Santoso, S. P., Aprilia, A., & Remiasa, M. (2014). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kakkk , Ayam Geprek !!! *Journal of Marketing*, 484–494.
- Riyanto, S., & Harmawan, aglis andita. (2020). *penelitian,metode riset penelitian kuantitatif:penelitian bidang manajemen,teknik,pendidikan dan eksperimen*. yogyakarta: CV Budi Utama.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. yogyakarta: Deep Publish.
- Ruliah, R., & Susanto, D. (2015). Penerapan Metode Marketing Mix 7p untuk Perumusan Strategi Pemasaran Jasa. *Progresif: Jurnal Ilmiah Komputer*, 919–930. Retrieved from <http://ojs.stmik-banjarbaru.ac.id/index.php/progresif/article/view/48>
- Sangadji, E. ., & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen : pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. yogyakarta: cv andi offset.
- Santoso, M. (2019). *Loyalitas nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Wilayah Cirebon (pertama)*. yogyakarta: CV Budi Utama.
- Shinta, A. (2011). *manajemen pemasaran* (cetakan pe; A. Shinta, Ed.). Malang: universitas Brawijaya Pres (UB press).
- Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Yosep, M. A., & Nurdiansyah, B. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia* (1st ed.; G. Rizky, Ed.). yogyakarta: cv Andi offset.
- Sudrajad, G., & Sutanto, J. . (2020). The Influence of the Application of Marketing Mix on the Purchase Decision of Prospective Consumers of Grand Cempaka Housing. *KnE Social Sciences*, 2020, 140–151. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i3.6391>
- Sulistiowati, T. (2019, April). Persaingan kian sengit, ini strategi agar usaha kedai kopi tetap legit. *Kontan.Co.Id*. Retrieved from <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/persaingan-kian-sengit-ini-strategi-agar-usaha-kedai-kopi-tetap-legit-1>
- Surya, A. P. (2019). Customer Loyalty From Perspective Of Marketing Mix Strategy And Customer Satisfaction A study from Grab - Online Transportation in Era of Industrial Revolution 4.0. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 394. <https://doi.org/10.22441/mix.2019.v9i3.001>

- Syam, M., Sembiring, B. K. F., Maas, L. T., & Pranajaya, A. (2019). The Analysis of Marketing Mix Strategy Effect on Students Decision to Choose Faculty Economics and Business of Universitas Dharmawangsa Medan. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(6), 71. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v6i6.1173>
- Tjipto, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. yogyakarta: cv Andi offset.
- Widjaja, B. (2010). *Lifestyle Marketing*. Jakarta: Pt gramedia pustaka utama.
- Wisnawa, i made bayu, Prayogi, putu agus, & Sutapa, i ketut. (2019). *Manajemen pemasaran pariwisata model brand loyalty pengembangan potensi wisata di kawasan pedesaan*. yogyakarta: CV Budi Utama.
- Zuhriyah, D. A. (2019). Startup Kopi Menjamur, Persaingan Bisnis Kafe di Indonesia Memanas. *Ekonomi Dan Bisnis*. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190807/12/1133701/startup-kopi-menjamur-persaingan-bisnis-kafe-di-indonesia-memanas>