

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra: Yogyakarta
- Achmad, Buchori., Djaslim Saladin. (2010). Manajemen Pemasaran (Edisi Pertama). Bandung. CV. Linda Karya
- Afra Wibawa Makna Hayat. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Citra Distro Ouval Research Di. Academia, 2(1).
- Agus Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Ajmain, A., & Sanusi, R. (2019). Hubungan pengetahuan terhadap kesiapsiagaan bencana pada keluarga di desa Kuala Langsa Kecamatan Langsa Barat. Jurnal Pendidikan Dan Praktik Kesehatan, 2(2), 64 - 74. <https://journal.uscnd.ac.id/index.php/smart/article/view/25>
- Alma, Buchari. 2016. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Anang Firmansyah. 2020. Komunikasi Pemasaran. Vol. 1. 1st ed. edited by Anang Firmansyah. Pasuruan: Qiara Media.
- Andiansyah Pamungkas, H., Desi Puspitasari, N., Yaqin Zainiah, P., Nurseha, F., & Qomariah, N. (2023). Marketing Mix Strategy to Increase Sales Volume in Cafe Business. In *Quest Journals Journal of Research in Business and Management* (Vol. 11, Issue 2). www.questjournals.org
- Arikunto. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assael, Henry. 2012. Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Edisi Keenam. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Atrie, U. Y., Kosasih, C. A., & Nuraeni, Aa. (2021). Madu Sebagai Agen Oral Care Pada Pasien Terventilasi Mekanik Di Icu: Narrative Review. Jurnal Keperawatan, 13(1), 213–226.
- Bennett, R. (2018). *Nonprofit Marketing and Fundraising: A Research Overview*. Routledge, Taylor and Francis Group.
- Bilson, Simamora. 2001. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, Edisi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama
- Dahlia. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud.Pito Jaya Lamasi. IAIN Palopo.
- Danang, Sunyoto. (2019). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus). Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.

- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Drummond, K. E., dan Brefere, L. M. 2010. *Nutrition for Foodservice and Culinary Professional's*, Seventh Edition. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Durianto, D. (2013). *Conquer strategy equity research through market and brand behavior*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Eliau Tania, A., Lokasi dan Harga, P., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (n.d.). Pengaruh lokasi dan harga terhadap minat beli konsumen.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fatih Imantoro, S. S. 2018. Pengaruh Citra Brand, Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian (survei terhadap Konsumen Mi Instan Brand Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 180.
- Ferdinand, Augusty, 2016, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fifyanita Ghanimata, Mustafa Kamal, 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Artikel Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. 2019. *Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Hair, J. F. J., et al. (2018). *Multivariate Data Analysis*.
- Hanggara, A. dan Darsih, E. (2018). *Dasar Statistika (Manual dan SPSS)*. Bandung: Mujahid Press.
- Ikasari, D. M., Santoso, I., & Julian, T. (2021). Strategies for improving the quality of the ground coffee product: A case study at SMEs X Malang, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 924(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/924/1/012066>
- Ilhamsyah. (2020). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Bandung.
- Kinney, T.C. and J. R. Taylor. 2005. *Riset Pemasaran*. (Terjemahan oleh Thamrin). Edisi Tiga, Erlangga: Jakarta.

- Kotler dan Keller. 2014. Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Bowen, dan Makens. 2014. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2017). *Manajemen Pemasaran edisi 12* Jilid 1 & 2Jakarta: PT. Indeks.
- Kriyantono, R. (2021). Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis Dan Pemerintah. Jakarta: KENCANA.
- Kualitas Produk, P., Layanan, K., Harga Pada Minat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Bang Dava di Gegerkalong, dan, Mohamad Rizal Nur Qudus, B., & Sri Amelia, N. (2022). The Influence of Product Quality, Service Quality, and Prices on Consumer Repurchase Intention at Ayam Bang Dava Restaurant Gegerkalong, Bandung. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 3(2), 20–31. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Kusumaningrum, F. D., & Supradewi, R. (2019). *Pengaruh Warna Cangkir Terhadap Persepsi Cita Rasa Minuman Kopi Pada Mahasiswa Angkatan 2018 Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang The Effect Of Cup Colors Towards The Perception Of Coffee Taste In Psychology Faculty Students Class Of. Prosiding*, (2004), 409–419.
- Limakrisna, N. dan Purba, T.P, (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*, jilid 2, Bogor: Mitra Wacana Media.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa 152 terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen, 1(2), 57–68.
- Manajemen, J., & Keuangan, D. (n.d.). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa)*. 7(1).
- Master Hutagalung, Y., & Djoko Waluyo, H. (n.d.). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian (studi kasus kopi benteng 2 Banyumanik). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. IX*.

- Melda dkk. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*. Vol. 1 No. 2.
- Meryawan, I. W., Idayanti, I. D. A. A. E., & Armi Susanti, I. A. K. L. (2023). peran penting cita rasa dan kualitas produk dalam membangun minat beli konsumen umkm kacang merah wira bajing klungkung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 9(1), 45–56. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v9i1.1067
- Messa, S. B., Irvan, M., Mujahidin Tolitoli, S., Samratulangi No, J., & Studi Manajemen, P. (n.d.). pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjung kembali wisatawan di pantai sabang kecamatan galang kabupaten tolitoli. *Economics And Business Management Journal (EBMJ) Desember 2022* |, 1(4).
- Michelle, M., Byhaqi, R., Karyatun, S., & Digdowniseiso, K. (2023). *the influence of brand image, price, and promotion on the purchase decision of white koffie civet coffee in the south jakarta area*. In *Syntax Admiration* (Vol. 4, Issue 5).
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. Metodologi Penelitian Sosial. Surabaya: Media Sahabat Cendekia
- Nurjuman, H., Marie, A. L., Yudhi, R., & Priana, S. (n.d.). *the effectiveness of sales promotion and service quality on customer satisfaction of flash coffee indonesia*. *jurnal scientia*, 12, 2023. <http://infor.seaninstitute.org/index.php>
- Rachmady Saputra. 2015. Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada distro Klanrock House concept store Jember
- Raharjani, J. 2005. Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang), *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, 2(1)
- Rahayu Tri Astuti, S., & Manajemen, J. (2013). analisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *diponegoro journal of management*, 2(3), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Rondonuwu, G., Kelles, D., & Tamengkel, L. F. (2016). pengaruh lokasi usaha terhadap minat beli konsumen (studi kasus pasar swalayan borobudur manado).
- Sari, D. Y. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan, Atribut Produk, Dan Cita Rasa terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa.
- Setiawan, E., & Frara, E. M. (2023). *Strategies to Increase Customer Interest by Implementing Digital Marketing at Hello Friends Coffee Shop in South Jakarta*. *Eligible: Journal of Social Sciences*, 2(1), 166–180. <https://doi.org/10.53276/eligible.v2i1.70>

- Shaheen, A., Naqvi, S. M. H., & Khan, M. A. (2013). *Employees Training And Organizational Performance: Mediation By Employees Performance. Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, 5(4), 490–503.
- Sudjatmoko, A., Kamila, A., Ayu Rizki, F., Rachmita Sari, K., & Safitri, D. (n.d.). *Influence of Product Quality, Price, and Promotion on Coffee Consumer Purchase Decissions Case Study: (Coffee Shop in Indonesia)*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Suharsaputra Uhar, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Cetakan Ke-1. Bandung: PT. Refika Aditama
- Syahrizal, H., & Jendral Soedirman, U. (n.d.). *The Effect of Price Perception, Service, Location on Customer Loyalty with Mediation of Customer Satisfaction on Comal Susukan Pharmacy*.
- Tjiptono Fandy. (2021). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan* Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tsaniya, R., & Luh Wayan Sayang Telagawathi, N. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt*. 5, 2022.
- Wahidah, N. 2010. *Komponen - Komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan*. <http://www.idazweek.co.cc/2010/02/komponen-komponen-yang-memengaruhi-cita.html>.
- Winarno. 2011. *Pengembangan Sikap Entrepreneurship dan Intrapreneurship*. Jakarta: PT Indeks.

www.google.com

www.google.com

www.portalgaruda.com