

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiba. (2016). Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko *Aurora Shop* Samarinda. *E-journal Administrasi Bisnis*, 4(3): 670-682.
- Alhaq, D. D., & Dewi, C. K. (2020). Pengaruh Marketing Mix (product, Price, Place, Promotion) Terhadap Minat Beli Bright Gas Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 7(3).
- Aptaguna, A dan Pitaloka, E. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. Widyakala, Vol. 3. Hal, 49-56.
- Ardiyansyah, R. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Puspa Agro. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(2), 8.
- Arikunto, S. (2000). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). London: Pearson Education.
- Azwar, Saifuddin. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 34
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Hutapea, R. C. D. (2020). *Pengaruh Marketing Mix terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Capella Dinamik Nusantara Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).

- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh tampilan web dan harga terhadap minat beli dengan kepercayaan sebagai intervening variable pada e-commerce shopee. 14(1), 35–43.
- Kerlinger. (2006). *Asas–Asas Penelitian Behaviour. Edisi 3, Cetakan 7*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Kotler dan Armstrong. (2001). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. And Keller, K.L. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tigabelas, Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ketiga. Jakarta: Salemba
- Nugraha., B. A. (22 Oktober 2021). 'Kosumsi kopi di indonesia meningkat'. (On-line), Sumber [solopos.com/Kosumsi-kopi-di-indonesia-meningkat-1152022](http://solopos.com/Kosumsi-kopi-di-indonesia-meningkat-1152022).
- Nugroho, R. & Japarianto, E. (2013). Pengaruh People, Physical Evidence, Product, Promotion, Price dan Place Terhadap Tingkat Junjungan Di Kafe Coffee Cozies Surabaya. *Jurnal Management Pemasaran Petra. Vol. 1, No. 2, Hal 1-9*.
- Rachmawati, R., Jasa, J. T., Produksi, D., dan Semarang, U. N. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2): 143-150.
- Riyono. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal STIE Semarang*, 103.
- Santoso, Singgih. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setyawan, D. A., Sari, N. I., Kuswindari, I. A., Sari, D. E., Sakhara, I., & Kustiningsih, N. (2020). Optimalisasi Media Sosial Terhadap Pemasaran Di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 37-46
- Sholehah, S. A. A., & Sulistyawati, A. I. (2018). kualitas laporan keuangan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya (Studi Kasus Pada DPKAD Kota Semarang). *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 13(2), 280-300.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2017) “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*”, Bandung, Penerbit CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sunyoto, Danang. (2013).*Perilaku Konsumen.Cetakan Pertama*. Jakarta: PT. Buku Seru.

Walean, R. H., Harianja, H., & Karwur, E. N. (2020). The Effect of Marketing Mix Towards Consumer Purchase Intention in Carrefour Transmart Kawanua. *Klabat Journal of Management*, 1(2), 20–40

