

DAFTAR PUSTAKA

- Putradi Pamungkas. (2020). *Kabupaten Banjarnegara*. Tribunnewswiki.Com. <https://www.tribunnewswiki.com/2020/02/11/kabupaten-banjarnegara>
- uje harto. (2019). *Kopi Senggani Beraroma Unik yang Sedang Populer di Pasaran*. Food.Detik.Com. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-4796771/kopi-senggani-beraroma-unik-yang-sedang-populer-di-pasaran>
- Vlora Riyandi. (2022). *[INFOGRAFIK] Semerbak Harumnya Bisnis Kopi Indonesia*. Landx.Id. <https://landx.id/blog/infografik-semerbak-harumnya-bisnis-kopi-indonesia/>
- Wiguna, I. G. N. A. D., Agustina, M. D. P., & Tratintya, M. A. P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 2(2), 486–492. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (n.d.). Muchammad Saifuddin Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. In *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* (Vol. 3, Issue 2).
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2021). Persaingan Usaha Warung Tradisional dengan Toko Modern. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5454>
- Setiawan, H. C. B., & Komara, B. D. (2020). the Alternative Blue Ocean Strategy: Bagaimana Strategi Perusahaan Industri Kopi Santri Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis? *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.30587/jre.v3i1.1165>
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer'S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Wardhana, A. (2023). Introduction to Consumer Behavior. *Essentials of Consumer Behavior: An Applied Approach, Second Edition, February*, 3–18. <https://doi.org/10.4324/9780367426897-2>
- Firmansyah, D. M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Jurnal Agora*, 5 No.(september), 5–299. https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN

- Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying*. 1(1), 233–247.
- Jayabaya, P., & Madiawati, P. N. (2018). Pengaruh Penerapan Bauran Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Pengguna Kereta Api Melalui Aplikasi Mobile Kai Access. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i2.1002>
- Zainullah, V. C. (2021). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Koplakan. *Performa*, 4(4), 538–549. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i4.1666>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2019). Muchammad Saifuddin Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. In *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* (Vol. 3, Issue 2).
- Nazir, S., Qun, W., Hui, L., & Shafi, A. (2018). Influence of social exchange relationships on affective commitment and innovative behavior: Role of perceived organizational support. *Sustainability (Switzerland)*, 10(12). <https://doi.org/10.3390/su10124418>
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L.*, 978-623–48(Eureka Media Aksara, November 2022 anggota Ikapi Jawa Tengah NO. 225/JTE/2021 Redaksi:).
- Kevin Klifford Radja Tumonggor¹ Paul Eduard Sudjiman². (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di AlfaALFAMART BRAGA, JALAN BRAGA NO. 66, KOTA BANDUNG. *γ787*, 15(8.5.2017), 2003–2005.
- Yanto, H. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Terhadap Minat Pembeli pada toko zoya Palembang. *Transcommunication*, 53(1), 1–8. <http://www.tfd.org.tw/opencms/english/about/background.html%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024%0A>
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Hizriah, & Dian. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan UMKM Di Kelurahan Harjosari I Medan Amplas. *Movere Journal*, 4(1), 84–94.
- Lubis, A. F., Anggraini, A. maria T., Toha, K., Kagramanto, L. B., Hawin, M., Sirait, N. N., Prananingtyas, P., Sukarmi, Maarif, S., & Silalahi, U. (2017). *Hukum Persaingan Usaha*.
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>

- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/jocep.v15i1.226>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing.
- Putri, S. Y. U., & Wahyudi, I. (2022). Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Perusahaan Pada Masa Covid-19. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(1), 25–37. <https://doi.org/10.54783/jin.v4i1.511>
- Manurung, L., & Suprpto, H. A. (2018). Fleksibilitas Strategi dalam Era Globalisasi. *Jurnal Ilmiah Wawasan Pendidikan*, 4(2), 135–140.
- Fandy Tjiptono, & Diana, A. (2018). *Pelanggan puas? tak cukup!*
- Dr. Rosnaini Daga, S.E, M. (2017). Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan. In *News.Ge* (Issue May 2017).
- Haris, D. (2018). Kualitas Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). *Upajiw Dewantara*, 2(2), 125–139. <https://doi.org/10.26460/mmud.v2i2.3265>
- Suwena, K. R., Puspaningsih, K. A., & Produk, K. (2023). *Persepsi Masyarakat Terhadap J & T di Singaraja. Prospek Ii*.
- Jeerasantikul, Y., & Liao, C. (2018). Factors Affecting Chinese Consumers' Willingness to Repurchase Thai Products. *BU Academic Review*, 17(1), 1–17. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/buacademicreview/article/view/95279>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sri Larasati. (2018). *Manajemen sumber daya manusia*.
- Ismail, N., & Sri, H. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL*. Media Sahabat Surabaya.
- Coleman, J. . (1993). *Interdisciplinary Perspectives on organization Studies*. Pegamon Press.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial Least Squares Structural Suation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review Agus Purwanto Journal of Industrial Engineering & Management Research. *AGUSPATI Research Institute, Indonesia - SMA Negeri 1, Pati*, 2(4), 114–123.

Soegoto, A. S., & Karamoy, H. (2020). Competitive Strategy Analysis to Increase Consumer Purchasing Decisions on Minimarket Business. *Etikonomi*, 19(1), 119–130. <https://doi.org/10.15408/etk.v19i1.14337>

Susanto, Y., & Realize, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *ECo-Buss*, 5(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>