

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiolan, L. B. (2016). Pengaruh promosi, harga dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Mio GT. *Journal of Management*, 2(2), 1– 17.
- Arianty, N., Bahagia, R., Lubis, A. A., & Siswadi, Y. (2016). Manajemen sumber daya manusia. Medan: Perdana Publishing.
- Assauri, S. (2013). Marketing management. Jakarta: Rajawali Pers.
- Athika, R. (2020). Pertumbuhan Kopi di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Dan Industri*.
- Daryanto & Firza. (2011). *ALGORITHMIC DESIGN TOOLS IN DESIGN PROCESS*. 2(9), 384–393.
- Ekowati, S., & Fintariasari, M. (2020). *PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. May. <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v3i1.555>
- Enggal, T. W., Bukhori, M., & Sudaryanti, D. (2019). *ANALISIS BAURAN PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU DI BEBERAPA DEPARTMENT STORE DI KOTA MALANG*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi Kesembilan. Semarang: Penerbit Undip.
- Gunarsih, C. M., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. 2(1), 69–72.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt*, 13(1), 188–204.
- International Coffee Organization. (2019). *ICO Coffee Development Report 2019 Overview*. September, 1–20. <http://www.ico.org/documents/cy2018-19/ed-2318e-overviewflagship-report.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing*. México DF. México: Pearson Educación de México SA.
- Muangsal. (2020). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Oleh*. *Administrasi Bisnis*, 25–39.
- Mulyana, S. R. I. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Kompetif*, 7(2).
- Nasution, A. E., Pratami, L., Muhammad, P., & Lesmana, T. (2019). *Analisis Pengaruh Harga , Promosi , Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan*. 1(1), 165–173.
- Naufal, A. R., & Magnadi, R. H. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rahma Rahmi Collection). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17954>

- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PAKAIAN ANAK-ANAK STUDI KASUS TOKO RIZKY DAN AFDAL PARIAMAN*.
- Simamora. (2018). PENGARUH KOMUNIKASI DAN KEMAMPUAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA PEGAWAI KANTOR CAMAT SIBOLGA SAMBAS KOTA SIBOLGA. *World Development*, 1(1), 1–15.
<http://www.fao.org/3/I8739EN/i8739en.pdf>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.01.003>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.childyouth.2011.10.007>
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23288604.2016.1224023>
<http://pdx.sagepub.com/lookup/doi/10>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Subangkit, R., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2022). *KOPIA*. 11(1), 150–157.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*, 28, 1–12.
- Suparyanto, R. W. (2015). *Manajemen pemasaran dilengkapi 45 judul penelitian dan kasus sehari hari di Indonesia*. in Media.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Marketing Essentials and Applications*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tresnanda, D. (2014). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH (Survei pada Konsumen Perumahan BluKid Residence
Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 8(1), 79221.
- Wulandari, N. T., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2021). *Pengaruh citra merek, kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian*. 10(2), 94–100