

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma.B. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen Edisi Pertama*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Assauri.S. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Gramedia Pustaka Utama.
- Dimiyati.M. 2012. *Konsep Inti dan Elemen Pemasaran*. Mojokerto: Insan Global.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Bojonegoro. 2019. *Jumlah Wisatawan Kabupaten Bojonegoro 2014-2018*. Bojonegoro: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Bojonegoro.
- Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Bojonegoro. 2020. *Daftar Restoran, Cafe atau Coffee Shop di Bojonegoro*. Bojonegoro: Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Bojonegoro.
- Dinas Perkebunan Jawa Timur. 2008. *Produksi Perkebunan Kopi Menurut Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur Tahun 2017 (ton)*. Surabaya: Dinas Perkebunan Jawa Timur.
- Doktri.W.I. 2018. Segmentasi dan Strategi Pemasaran Kopi Java Ijen Raung Bondowoso. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*. 8(1): 1-12.
- Dotulong.A.D., Sarjono. H. 2016. Segmentasi Berdasarkan Pengaruh Perceived Value, Store Atmosphere, dan Product Variation dalam Meningkatkan Repurchase Intention pada Starbucks Manado. *Buletin Ekonomi*. 14(2): 101-208.
- Duncan.T. 2008. *Integrated Marketing Communications European Edition*. New York: Mc Grawhill, Inc.
- Dwiastuti.R., Shinta.A., Isaskar.R. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.
- Fauziah.S.N. 2018. *Analisis Segmentasi Konsumen Kedai Kopi di Kabupaten Banjarnegara Jawa Tengah*. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Hartline.M., Ferrell.O.C. 2011. *Marketing Strategy 5ed*. South Western: Thompson Learning.
- Hasan.A. 2014. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS.

- Herlyana.E. 2012. Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqfiyyat*. 13(1): 187-204.
- Ikhwanuddin. 2017. Analisis Segmentasi Pasar Konsumen Kopi Hitam di Kota Padangsidempuan. *Al-Masharif*. 5(1): 71-82.
- Kasali. R. 2003. *Membedik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: Gramedia.
- \_\_\_\_\_. 2000. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Tempri.
- KBBI. 2020. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta.
- Khanum.S., Yusyafizal., Fasihah. 2018. Starbucks Market Segmentation and Targeting. *International Journal of Business and Management Invention*. 7(5): 44-45.
- Kotler.P., Armstrong.G. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-17 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_, Lane.K. 2016. *Marketing Management Global Edition*. England: Pearson Education.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 1*. Jakarta: Prehallindo.
- \_\_\_\_\_. 2000. *Marketing Management: The Millenium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lasmini.N.K. 2013. Analisis Segmenting, Targeting, Positioning Produk (Kajian pada Kopi Bali Banyuwatis). *Forum Manajemen*. 11(2): 106-126.
- \_\_\_\_\_. 2012. Segmentasi Pasar Kopi Bubuk Bali Banyuwatis di Kota Denpasar. *Forum Manajemen*. 10(2): 16-30.
- Maciejewski.G., Mokrysz.S., Wroblewski.L. 2019. Segmentation of Coffee Consumers Using Sustainable Values: *Cluster Analysis on the Polish Coffee Market*. *Sustainability*. 11(613):1-20.
- Mangkunegara.A.P. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Meutia.S., Bakhtiar., Lia.P.N. 2017. Analisis *Positioning Product* Kopi Gayo Berdasarkan Persepsi Konsumen *Coffee Shop* Raja Kupa Aceh, *Black Castle*, dan *Station Coffee* di Kota Lhokseumawe. *SNTI2017*. 3(1): 341-348.

- Miswari. 2017. Mengelola Self Efficacy, Perasaan, dan Emosi Dalam Pembelajaran Melalui Manajemen Diri. *Cendekia*. 15(1): 67-82.
- Nembah.F., Ginting.H. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrma Widya.
- Panggabean.E. 2011. *Buku Pintar Kopi*. Jakarta: Erlangga.
- Peter.J.P., Olson.J.C. 2008. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rachmatunnissa.D. 2019. Segmentasi Konsumen *Coffee Shop* Generasi Z di Jatinangor. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 6(1): 90-100.
- Robbins. 2006. *Perilaku Organisasi Edisi ke-10*. Jakarta: PT. Indeks.
- Santoso.S. 2001. *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sartika.G., Deliana.Y. 2020. Market Segmentation of Roasted Bean. *Journal of Agriculture and Forestry Sciences*. 8(1): 22-28.
- Schiffman.L.G., Kanuk.L.L. 2000. *Consumer Behaviour Seventh Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Setiadi.N.J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Shinta.A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Siri.R. 2018. *The Segmentation of Coffee Drinkers by Using Lifestyle and The Perceived Value of Coffee Shop: A Case Study of International Tourist in Chiang Mai Province*. Thailand: School of Tourism Development, Maejo University.
- Solikatun, Kartono.D.T., Dermartoto. 2015. Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat: Studi Fenomenologi pada Peminum Kopi di Kedai Kopi Kota Semarang. Surakarta: *Universitas Sebelas Maret Surakarta*. 4(1): 60-74.
- Subianto.T. 2007. Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. 3(3): 165-182.
- Sugiarto.D.S. 2000. *Metode Statistika untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Sujarweni.V.W. 2015. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriatna.S., Aminah.M. 2014. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak (Studi Kasus UMKM Careuh Coffee Rancabali-Ciwidey Bandung). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. 5(2): 227-243.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Bandung: Rosdakarya.
- Swastha.B.D., Handoko.TH. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Tania.D., Dharmayanti.D. 2014. Market Segmentation, Targeting, dan Brand Positioning dari Winston Premier Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 2(1): 1-7.
- Tjiptono.F. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Ubaidillah.M. 2019. *Analisis Segmentasi Pasar Warung Kopi Robusta Lampung di Bandar Lampung*. Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Lampung.
- Umar.H. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- \_\_\_\_\_. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Utami.R.Z. 2009. Segmentasi dan Analisis Perilaku Konsumen Kopi Bubuk. *J-Sep*. 3(2): 49-58.
- Wardhana.A., Kartawinata.B.R., Syahputra. 2014. Analisis *Positioining Top Brand Coffee* Berdasarkan Persepsi Pelanggan di Kota Bandung. *SnaPP2014*. 4(1): 303-310.
- Widjaya.P.G. 2017. Analisis *Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing Mix* Pada PT. Murni Jaya. *Agora*. 5(1): 1-8.
- Winardi., Suparwarman. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Zulaicha.S., Irawati.R. 2016. Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*. 4(2): 125-136.