

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia .
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6 (1), 492-503.
- Anang, F. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)* . Surabaya : Qiara Media .
- Anggraini, A. B., & Saino. (2022). Pengaruh Harga, Physical Evidence, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10, 1591-1599.
- Arthur, K. M., Asmara, A., & Simanjuntak, M. (2019). The Effect Of Marketing Mix on "KPR Xtra Bebas" Decision Making in Bank X Regional I. *Journal of Consumer Science* , 1-12.
- Asamoah, E. S. (2021). The Effect of the Marketing Mix on Customer Purchase Decision in the Mobile Telecommunication Industry in Sub-Sahara Africa. *The Journal of Applied Business and Economics* , 21-34.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Ahmad, I. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, IX, 104-112.
- Danarti, S. N. (2011). *Kopi: Budidaya dan Penanganan Lepas Panen* , 5-6.
- Darmanto, d. W. (2016). *Manajemen Pemasaran* . Yogyakarta : deepublish.
- Dash, G., & Paul, J. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting. *Technological Forecasting and Social Change* .
- Dewi, F. M., Sulivyo, L., & Listiawati. (2022). Influence of Consumer Behavior and Marketing Mix on Product Purchasing Decisions. *Aptisi Transactions on Management (ATM)*, 6, 151-157.
- Dilasari, E. M., & Yosita, G. (2020). Pengaruh Cita Rasa dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1, 25-40.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.).Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris. 2.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis* , 227-242.
- Jeannete, O. P. (2017). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Libreria Eatery. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, Vol 5 No. 2* , 444-458.
- Joe F, H. J., Lucy, M. M., Ryan, L. M., & Marko, S. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use . *International Journal. Multivariate Data Analysis* , 107-123.
- Joe F, H., Christian, M. R., & Marko, S. (2014). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice* , 139-152.
- Keller, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran* . Erlangga edisi 12.
- Kotler, d. K. (2012). *Manajemen Pemasaran* . Erlangga Edisi 12.
- Kotler, P., Keller, K. L., Leong, S., Tan, C., dan Ang, S. H. (2017). *Marketing management: An Asian Perspective*. Britania Raya: Pearson.
- Kurnianto, W. M., Rosalina, S. S., & Nurminingsih. (2019). Effect of Marketing Mix and Product Quality on Purchase Decision to the Spesial Sb Packaging Beef Meatball through Brand Image and Purchase Decision. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding* , 86-96.
- Lappeman, J., Orpwood, T., Russell, M., Zeller, T., & Jansson, J. (2019). Personal values and willingness to pay for fair trade coffee in Cape Town, South Africa. *Journal of Cleaner Production* .
- Lase, A., Setiadi, A., & Budiraharjo, K. (2019). Analysis Of The Factors Affecting Consumer Purchasing Decision On Coffee At Resto Banaran 9, Gemawang Village, Semarang. *Agroland : The Agriculture Science Journal* , 1-12.
- Mahendratmo, B. P., & Ariyanti, M. (2019). Analysis of e-Marketing Mix to Consumer Purchase Decisions Traveloka. *Asian Journal of Management Sciences & Education*, 8 (1), 72-82.
- Mangesti, G. H., Djamali, R. A., & Rizal. (2022). The Effect of Consumer Preference, Perception, and Awareness on Yoghurt Purchase Decisions in Banyuwangi Regency . *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* , 25058-25070.
- Nugroho, D. A. (2017). *Pengantar Manajemen Untuk Organisasi Bisnis, Publik, dan Nirlaba* . Malang : UB Press.

- Nuraini, D. O., Widayanti, S., & Mubarokah. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sego Njamoer di Surabaya. *Jurnal Pertanian Agros*, 25 (2), 1486-1497.
- Pandora, A. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (Product, Place, Price, Promotion, People, Process, Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kandang Ayam Bandung. *Journal of Accounting and Business Studies* , 42-58.
- Pradiani, T. (2017). *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan*. Jibeka Vol 11, 46-53.
- Prapasongsitth, A., Bilmanoch, S., & Sanjit, K. (2022). Marketing Communication Factors Affecting Consumers' Decision to Use the Service of Slow Bar Type Coffee Shop that Uses a Moka Pot Brewing Method: A Case Study of Sweet Shine Coffee. *SIAM COMMUNICATION REVIEW* , 165-181.
- Prihatiningtyas, G., & Chasanah, U. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Blanco Coffee Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen*, 9, 1-18.
- Rahardjo, P. (2012). Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta.
- Rianty, M., Tresnati, R., & Mahani, A. E. (2021). Pengaruh Bauran Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Bandung Conference Series: Business and Management* , 1104-1108.
- Setiawati, H., Hartoyo, & Simanjuntak, M. (2018). Analisis of Intention of Purchasing Organic Foods by The Undergraduated Students of IPB Using The Theory of Planned Behavior Approach. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 15, 198-207.
- Shafira, N., Sarma, M., & Johan, I. R. (2022, July 2). Factor Influencing Consumer Purchase Decisions For Aqua Life Indonesia Products: Analysis of Ecolabel Awareness, Green Marketing Mix, and Brand Image. *Jurnal Manajemen & Agribisnis* , 274-286.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* . Malang : UB Press.
- Shinta, D. T. (2014). *Strategi Bersaing Untuk Keunggulan Bersaing* . Malang: Banyumedia Publishing .
- Soewanto, A. A., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Gudeg Bu Yul Surabaya. *AGORA Vol. 7, No. 1* .
- Sudaryono. (2015). *Pengantar Bisnis - Teori dan Contoh Kasus* . Yogyakarta .

- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses* . Jakarta : Salemba Empat .
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi. (Andi, Ed.)
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*. (Andi, Ed.)
- Utami, A. P. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket KOPMA Universitas Negeri Yogyakarta* .Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta .
- Walangitan, R. J., Wantasen, E., Santa, N. M., & Manese, M. A. (2017). Analysis of Marketing Mix's Factors on Purchasing Decision of UHT (Ultra High Temperature) Milk in Hypermart Manado Town Square City of Manado, North Sulawesi Province - Indonesia. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 19 (8), 64-70.