

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. STIM YKPN.
- Afriyanti, S., & Et.al. (2018). *Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi Di Jatinangor*. Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran.
- Alma, B. (2003). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amanah, Z. (2020). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume produksi Pada BukedBakar Purwokerto*. IAIN Purwokerto.
- Angipora, H. (2002). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Inovva di Semarang. *Journal of Management*, 2(3).
- Asrofi, R. (2020). *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Lapak Ayam Potong Pak Sodik (Desa Purworejo Kecamatan Geger Kabupaten Madiun)*.
- Aulia, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Volume produksi Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(5), 2461–0593.
- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Budiwasti, H. (2012). No Title Implementasi Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung Kab. Lumajang. *Jurnal WIGA*, 02.
- Bungin, B. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Danang Sunyoto. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Buku Seru.
- Dinda, M., & Ogi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Volume produksi studi pada PT. fifgroup Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119.
- Djaslim, S. (2002). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Djunaidi, M. G., & Almanshur, F. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Fachriza, F. I., & Moeliono, N. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild. *Jurnal Ecodemica*, 148.
- Farida, I., & Dkk. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasarn 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Fure, F., J., L., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado. *Jurnal EMBA*.

- Gamas, O. N., Militina, T., & Heryanto. (2016). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Membeli Handphone Merek Nokia Di Pt. Dayat Phone Kecamatan Barong Tongkok Kabupaten Kutai Barat*.
- Hanida. (2020). Analisis Kebijakan Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus Pada Ponsel Informatik Di Muara Halayung Kabupaten Banjar. *Business Economics*, 1(27).
- Hayati, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Volume produksi Di Restoran Bebek Dan Ayam Goring Pak Ndut Solo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, 1(1), 49–56.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(2).
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Priwisata*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Hung, L.-M. (2012). *A Study of Consuming Behaviors of Budget Coffee. Department of Hospitality Management*. Hungkuang University, Taiwan R. O. C.
- Hurryati, R. (2020). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Iman, K. Z. . D. (2015). Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 24(1).
- Indah, & Setyawati. (2009). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Words Of Mouth (Studi pada Pasien Rawat Jalan RS. Bhakti Wira Tamtama Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Jackson, K., & Rowley. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Rajawali Pers.
- Kotler, & Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mill). PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- _____. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- _____. *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- _____. *Manajemen Pemasaran Steak And Ice Cream Cabang Jati*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Liang, WenKo. Rou-An, W. (2012). *Analysis of Coffee Shop Market-A Case Study of UK. Departemen Bisnis Internasional*. Universitas Taiwan Selatan.
- Listyari, N. P. . (2006). *Keputusan Pembelian dan Volume produksi Coffee shop*

- De Koffie Pot, Bogor*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Listyawati, I. H. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *JBMA*, 6(2), 2252–5483.
- Mahdiannoor, & Istiqomah, N. (n.d.). Pertumbuhan Hasil Dua Varietas jagung Hibrida Sebagai Tanaman Sela Di Bawah Tegakan Karet. *Ziraa'ah*, 40–46.
- Malti, G., Preira, & Rajkumar. (2011). Comparative Anatomy of Maize application. International. *Journal of Bioresoces and Stress Management*, 2(3), 250–256.
- Mejaya, M. J., Marsum, D., & P., M. (2015). Pola Heterosis Dalam Pembentukan Varietas Unggul Jagung Bersari Bebas Dan Hibrida. *Seminar Rutin Puslitbang Tanaman Pangan, Bogor*.
- Mukarromah, S. (2018). *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume produksi Toko Baju Senam Grosir.com*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Nasution. (2001). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management), Anggota IKPI*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nikmah, F. (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume produksi (Studi Kasus Pabrik Teh Kaligua Pandansari Paguyangan)*. IAIN Purwokerto.
- Nopitasari, D. (2021). Upaya Peningkatan Volume produksi di Masa Pandemi Covid 19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-oleh Gudange Tahu Takwa. *Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 1(55).
- Oentoro, D. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Laksbang Pressindo.
- Priy, V. (2019). *Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek dan Customer Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan*. UNMUH Ponorogo.
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*.
- Ratih, H. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta: CV Alfabeta.
- Rinawati, W. (2008). Volume produksi terhadap Produk dan Layanan Makanan Restoran “Student Corner” Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana (PTBB) Fakultas Teknik UNY. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 17(1).
- Ritonga, M. E. (2016). Pengaruh Curah Hujan terhadap Produksi Tanaman Pangan Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Prosiding Seminar Nasional Lahan Suboptimal*, 281–289.
- Selang, C. A. D. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal*

- EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 71–80.
- Sembiring, I. J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis*.
- Setyawan, B. (2020). *Pengaruh Brand Image, Service Quality terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Volume produksi Sebagai Variabel Intervening*. UNMUH Ponorog.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Siagian, S. P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksar.
- _____. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sipahutar, M. A. (2002). *Customer Focus Industri Perbankan*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sitohang, C. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Volume produksi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(3).
- Skousen. (2007). *Marketing Manajement*. New York Mc.Growtill.
- Strauss, A., & Juliet, C. (2013). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sudaryono. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukotjo, H. (2010). Analisa Marketing Mix -7P (Price, Product, Promotion, Place, Partisipant, Procces, dan Physical Evidence) Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*.
- Sunoyo. (2015). *Strategi Pemasaran*. Jakarta. PT. Buku Seru.
- Swastha, B. (2000). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFEUGM.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern* (Edisi Kedu). Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, F. (2001). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- _____. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran* (Edisi 1). Yogyakarta : J&J Learning.
- _____. *Strategi Pemasaran* (Edisi 2). Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- _____. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.