

## DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, W., Hadi, S., & Ridho, A. A. (2018). Studi komparatif usaha perkebunan kopi robusta dan kopi Arabika di kecamatan Panti kabupaten Jember. *Jurnal Agribest*, 2(1).
- Adhistyo, T., & Setyaningrum, K. (2020). Studi Kepuasan Konsumen Pada Peacock Coffee Gajah Mada Semarang. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 38–48.
- Akbar, T. R., Lestari, D. A. H., & Nugraha, A. (2020). Analisis bauran pemasaran, risiko, dan kinerja keuangan agroindustri kopi bubuk cap obor mas lampung, di Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara. *JIIA (Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis)*, 8(1), 77-84.
- Alelign, Garbarino dan Johnson. (2014). The Different Roles of Satisfaction. *Journal of Marketing*. vol.7 pg. 1-54.
- Andriyanto, L., Syamsiar, S., & Widowati, I. (2020). Analisis pengaruh bauran pemasaran (marketing mix 7-p) terhadap keputusan pembelian di thiwul ayu mbok sum. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20(1), 26-38.
- Angga, B. A., & Johari, M. (2022). Strategi Pemasaran Produk Olahan Rumput Laut dalam Mendukung Pariwisata di Desa Kertasari Kabupaten Sumbawa Barat. *Jurnal Pariwisata Nusantara (JUWITA)*, 1(1), 56-63.
- Arifudin, O., Wahrudin, U., & Rusmana, F. D. (2020). *Manajemen risiko*. Penerbit Widina.
- Aritonang, R. L. (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Arumsari, A. G., Surya, R., Irmasuryani, S., & Sapitri, W. (2021). Analisis proses roasting pada kopi. *Jurnal Beta Kimia*, 1(2), 98-101.
- As'ad, M. H., and M. M. A. Joni. 2020. Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Kedai Kopi Modern Di Bondowoso. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 13(2): 182–99
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar dan Konsep Strategi*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.

- Dewi, R. P. (2023). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan di Restoran Zushioda Cirebon. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(3), 781-792.
- Dhita, S., Mukson, M., & Setiadi, A. (2022). Pengaruh Marketing Mix 7P terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Olahan Kopi Espresso di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(1), 175–188.
- Dharmaesta & Irawan. (2007). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Liberty. Yogyakarta.
- Erlina, E., & Hermawan, D. (2021). Marketing mix on customer loyalty at coffee shop in bandung. *Aptisi Transactions on Management (ATM)*, 5(1), 89-96.
- Fadhilah, N. (2021). Analisis Bauran Pemasaran Kopi Mandailing (Studi Kasus Pada Coffee Shop Lopo Mandheling Cafe, Panyabungan). *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 2(1), 44-55.
- FAOSTAT. (2022). Crops and livestock products: coffee. FAO United Nations. <https://www.fao.org/faostat/en/#data/QCL>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.
- Fitria, S. N., Widayanti, S., & Laily, D. W. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Olahan Kopi. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 15(2), 171.
- Gajali, J. A., Hufron, M., & Rahman, F. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Nasi Bakar Bilmar Adam (Studi Pada Konsumen Nasi Bakar Bilmar Adam di Kecamatan Kumai Provinsi Kalimantan Tengah). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(18).
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, D. A. (2023). Bauran Pemasaran Produk Kopi Bubuk di Desa Karueng Kecamatan Enrekang, Kabupaten Enrekang (*Studi Kasus Pada Perusahaan Kopi CV. Al Razak*) (Doctoral dissertation, Universitas Bosowa).
- Hasyim, M. A. N., Hidayat, K. K., & Berek, E. O. I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran di Era Digital dalam Menghadapi Persaingan di UMKM Rajawali Persada Coffee. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 5(3).

- Hatnaningtiyas, A. P., & Subari, S. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan dine in di “Mana Kopi” Sidoarjo. *Agriscience*, 3(2), 361-384.
- Hemeto, M. R., Moniaga, V. R., & Ngangi, C. R. (2021). Analisis Keuntungan Usaha Pengolahan Kopi Koya di Kelurahan Koya Kecamatan Tondano Selatan Kabupaten Minahasa. *Jurnal Agri-Sosioekonomi*, 17(1), 77-84.
- 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).
- Imaniar, D., & Wahyudiono, A. (2018). Strategi Pengembangan Dan Bauran Pemasaran Potensi Komoditas Kopi Dalam Rangka Penguatan Pasar Produk Pertanian Secara Integratif Dengan Sektor Pariwisata Di Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 206-217.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Kamaluddin, N. I., & Iriani, N. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi di Sungguminasa. *Jurnal Economix*, 6(1), 55-60.
- Kaunang, W., Muzendi, A. M., & Sari, A. P. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sosio Agri Papua*, 11(2), 94-102.
- Kejora, B., Suherman, S., & Sari, R. M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Minuman Kopi (Studi Kasus di Kedai Kopi Harum Manis Karang Tengah Kota Tangerang). *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 15(1), 11-25.
- Kertajaya. (2010). Pendidikan Karakter. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Keller, & Lane, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and K.L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 12*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kukanja, Marko, Gomezelj, Doris, dan Bukovec, Boris. (2017). A Restaurant Quality Model Based On Marketing Factors. *Journal of Ekonomie A Management*, 1(20), 157-17.

- Kusumastuti, A. D. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Eksistensi Bisnis UMKM dalam mempertahankan Business Continuity Management (BCM). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(3), 224-232.
- Kwok, L., Tang, Y., & Yu, B. (2020). The 7 Ps marketing mix of home-sharing services: Mining travelers' online reviews on Airbnb. *International Journal of Hospitality Management*, 90, 102616.
- Lamanuk, N. I. B., & Ferrinadewi, E. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Kampoeng Roti di Surabaya. In *Seminar Nasional Ilmu Terapan*, 4(1)
- Lili Suryati. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lutfiah, R. I., Widayanti, S., & Winarno, S. T. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Minat Beli Konsumen di Okui Kopi 3.0 Surabaya. *Jurnal Agri-Tek : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Eksakta*, 22(1), 52-55.
- Malelak, S. L., B. Setiawan, and S. Maulidah. 2021. Analysis of Marketing Mix on Consumer Loyalty: Empirical Study of Customer Satisfaction of Local Product. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)* 1 (3): 160-68.
- Martias, L. D. (2021). Statistika deskriptif sebagai kumpulan informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 16(1), 40-59.
- Mico, S., Zulaiha, Z., & Misrania, Y. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Kopi Biji Salak (Kobisa Lembah Dempo) Produk Binaan Lembah Dempo Entrepreneur Center Pagar Alam. *Jurnal Ecoment Global*, 4(1), 31-42.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Cetakan Ke-36*. PT. Remaja Rosdakarya Offset. Bandung.
- Noviansyah, M. R. A. (2023). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Kopi Koperasi Petani Indonesia di Unit Usaha "Minum Kopi" Medan, Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 3(3), 337-346.
- Nuridin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodelogi Penelitian Sosial*. Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Pamuji, R., Baroh, I., & Mufriantje, F. (2023). Analisis Bauran Pemasaran Buah Setroberi di "Lumbung Stroberi" Desa Pandanrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1), 335-352.

- Prasetyo, M. (2020). *Analisis Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Aspek Bauran Pemasaran (7P) pada Kedai Kopi A'long Palangka Raya* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Pratiwi, B. M. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik Di Harvest Queen Hydroponics, Kota Batu. *Repository.Unisma.Ac.Id*, 3(April), 49–58.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books.
- Raharjo, R. J. H., & Alfianto, Z. A. (2023). Potensial Ekspor Komoditas Kopi Dari Indonesia Ke Malaysia Dan Singapura. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 2(2), 104-114.
- Ramadhanti, A. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giant Supermarket Mall Mesra Indah Di Samarinda. *Journal Administrasi Bisnis*, 5(2), 269–282.
- Rifkhan. (2023). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuisisioner*. Indramayu: CV Adanu Abimata
- Rizal, M. A. (2019). Klasifikasi Mutu Biji Kopi Menggunakan Metode K – Nearest Neighbor Berdasarkan Warna Dan Tekstur. *Universitas Teknologi Yogyakarta*, 1–8
- Rosita, R. D., Budiarto, B., & Kismantoroedji, T. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Luwak Mataram. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 21(1), 15-25.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83-88.
- Setiawan, Heri dkk. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan ) *Journal Of Management*, 2(2).
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 7.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Andi.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: In Media.

- Simarmata, A., Jocom, S. G., & Kaunang, R. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7p) Pada Black Cup Coffee Roaster Di Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 18(3), 699-708.
- Simorangkir, N. C., & Rosiana, N. (2022). Analisis efisiensi pemasaran kopi robusta. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(1), 113-125.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: PT Alfabet
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan ke-2. Bandung: Alfabeta
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan kedai kopi kala senja. *Jurnal E-bis*, 3(2), 111-118.
- Sunarharum, W. B., Fibrianto, K., Yuwono, S. S., & Nur, M. (2019). *Sains Kopi Indonesia*. Universitas Brawijaya Press.
- Sunarto. (2006). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: UST Press.
- Swarjana, I. ketut. (2022). *Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian*. Andi.
- Tenda, Y. J., Kalangi, J. A., & Mukuan, D. D. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan. *Productivity*, 3(3), 279-285.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Triamalia, R., Anggraeni, E., & Noviarita, H. (2023). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Perilaku Konsumen Berbelanja: Studi Putra Baru (PB) Swalayan Kota Metro. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 860-868.
- Umariyah, S., & Rum, M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian dan Alternatif Strategi Keripik Gedebok Pisang (Studi Kasus IKM Saeeku Kecamatan Soko Kabupaten Tuban). *AGRISCIENCE*, 3(1), 39-57.
- Winarno, S. T., & Harisudin, M. (2018). The Determinant Factor of Consumer Attitudes of the Robusta Coffee Processed in East Jawa, Indonesi. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(4), 1-9.

- Yani, A. A., Putri, M., & Suhairi, S. (2022). Analisis Resiko Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(2), 119-125.
- Yanuar, R., Anugerah, E., & Priatna, W. B. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Aranya Coffee And Forest. *Paradigma Agribisnis*, 6(1), 44-59.
- Yudho, S. K. S., & Agustin, S. (2022). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(8).
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. In Forum Pemuda Aswaja.