

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi* (p. 11). AE Publishing.

https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Manajemen/9zfvDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=fungsi+manajemen&printsec=frontcover

Arianto. (2021). *KOMUNIKASI PEMASARAN: Konsep dan Aplikasi di Era Digital* (p. 6). Airlangga University Press.

[ec=frontcover](#)

Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen* (A. R. Batubara (ed.); p. 249). Rajagrafindo Persada.

Ekawati, N. W., Suparna, G., Rahanatha, G. B., Kusumasari, & Pm. (2024). *KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN AUGMENTED REALITY, RESPON POSITIF DAN STICKINESS* (M. A. Wardana (ed.); p. 2). CV. Intelektual Manifes Media.

https://www.google.co.id/books/edition/KEPUTUSAN_PEMBELIAN_BERDASARKAN_AUGMENTE/4PH1EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

Fadhallah. (2021). *Wawancara* (p. 2). Jakarta Timur: UNJ Press.

Fadila, Rahayu, W., & Saputra, H. (2020). *Penerapan Metode Naive Bayes dan Skala Likert Pada Aplikasi Prediksi Kelulusan Mahasiswa* (R. Awangga (ed.); 1st ed., p. 56). Kreatif Industri Nusantara.

Firmansyah. (2023). *Manajemen Pemasaran* (pp. 209–210). UM Subaya Publishing.

https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/mlzNEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=macam-macam+harga&pg=PA209&printsec=frontcover

Hatuwe, & Kaimudin, A. (2022). *VARIABEL INTERVENING MENGELOLA KOMPENSASI DAN MOTIVATI TERHADAP KINERJA PEGAWAI TIDAK TETAP (PTT)* (R. Iye (ed.); p.72za). Renna Cipta Mandiri.

https://www.google.co.id/books/edition/VARIABEL_INTERVENIN_G_MENGELOLA_KOMPENSAS/dZKkEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+f&pg=PA72&printsec=frontcover

Hidayat. (2021). Cara Mudah Menghitung Besar Sampel (p. 6). In Aziz. Surabaya: Health Books Publishing.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (p. 36). Unitomo Press.

Kasmir. (2022). Pengantar Metodologi Penelitian (Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis) (p.219). Depok: Rajawali Pers.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). In *Principles of Marketing* (p. 292). Pearson Education.

Lubis, Manaf, Ahmad, Abdullah, & Junoh. (2019). Panduan Pelaksanaan Penelitian Sosial (pp. 28-29). Yogyakarta: Andi.

Lubis, Z. (2021). *Statistika Terapan untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi* (R. I. Arhadi (ed.); 1st ed., p. 95). Andi.

https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Terapan_untuk_Ilmu

- u_Ilmu_Sosia/9lgmEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=populasi&prin
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (p. 112). Alfabeta.
- Mamuaya, N. (2021). *Faktor Situasional, Atmosfir Toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik Pada Pembelian Impulsif Konsumen* (Safrinal (ed.); 1st ed., p. 9). CV. Azka Pustaka.
https://www.google.co.id/books/edition/Faktor_Situasional_Atmosfir_Toko_Promosi/minKEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pembelian+impulsif&pg=PA3&printsec=frontcover
- Mufarrikoh, Z. (2019). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)* (p. 71). Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Nainggolan, H., Hastuti, D., Hendriyani, C., Haryani, Hernando, R., Dulame, I., Afriyadi, H., Sari, F., & Wijaya, B. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN (Implementasi Manajemen Pemasaran pada Masa Revolusi Industri 4.0 menuju era Society 5.0)* (Sepriano & Efitra (eds.); 1st ed., p. 130). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=MGUuEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Noor, J. (2017). *Metodologi penelitian : skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah edisi ke-7* (p. 163). Jakarta : Kencana.
- Ridha, A., & Muis, M. (2022). *Teori Manajemen* (p. 1). NEM.
https://www.google.co.id/books/edition/Teori_Manajemen/ovp7EAA

AQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen&printsec=frontcover

Rifkhan. (2023). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner* (Abdul (ed.); p. 34). Adab.

https://www.google.co.id/books/edition/PEDOMAN_METODOLOGI_PENELITIAN_DATA_PANEL/UN2vEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=kuesioner&pg=PA41&printsec=frontcover

Saptadi, Latiep, Lestari, Syamsulbahri, Erwin, Yamin, Sonani, Utami, Anwar, & Saksono. (2024). *Manajemen Promosi Produk* (I. P. Kusuma (ed.); p. 48). Yayasan Cendekia Mulia Mandiri.

https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_PROMOSI_PRODUK/dn3zEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=promosi&pg=PR6&printsec=frontcover

Setiadi. (2019). *Perilaku konsumen : perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen* (p. 415). Prenada Media.

Siagian, M., Sunargo, Khoiri, M., Rustam, T., & Wasiman. (2022). *PENGANTAR MANAJEMEN Konsep Dasar, Sarana dan Fungsi, Perencanaan, Organisasi, Pemotivasian, Konflik, Pengendalian, Pengambilan Keputusan* (p. 57). CV BATAM PUBLISHER.

https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Manajemen/sryjEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&kptab=overview

Siyoto, & Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (pp. 99-100). Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sudaryana, & Agusiady. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (ed.); p. 38).

Deepublish.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*(ed.); p. 169).

Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (Setiyawami (ed.); p. 274).

Alfabeta.

Suharyadi, & Purwanto. (2016). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (3rd

ed., p. 172). Salemba Empat.

Surjono, W., & Saepudin. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN JASA* (B. Ramadhania (ed.); p. 3). Cipta Media Nusantara.

https://books.google.co.id/books?id=kSj6EAAAQBAJ&pg=PR1&dq=Welly+surjono&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwi8mpSVhp-KAxUETmwGHVGSCgsQ6wF6BAgGEAU#v=onepage&q=Wellysurjono&f=false

Syah, A. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN KEPUASAN PELANGGAN* (ed.); p. 1).

Widina.

Tatik, S. (2017). *MANAJEMEN PEMASARAN STRATEGIK BANK DI ERA GLOBAL*

MENCIPTAKAN NILAI UNGGUL UNTUK KEPUASAN NASABAH

(1st ed., pp. 137–138). Prenadamedia Group.

Terry, G., & Rue, L. . (2019). *DASAR-DASAR MANAJEMEN* (B. S. Fatmawati (ed.);

p. 1). Bumi Aksara.

https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_dasar_Manajemen_Edi

[si_Revisi/-](https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_dasar_Manajemen_Edi)

6UmEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen&printsec=frontcover

Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa* (ed.); p. 46). Yogyakarta: Penerbit Andi.

Utomo, Syarif, Winardi, Fadly, Widjaja, Setyorini, Sudrartono, Hasan, Zulfikar, Triwardhani, Yuliawan, Kamal, & Lestiowati. (2021). *Dasar Manajemen dan Kewirausahaan* (N. Rismawati (ed.)). Widina Bhakti Persada Bandung.

https://www.google.co.id/books/edition/DASAR_MANAJEMEN_DAN_KEWIRAUSAHAAN/GgpGEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

Wicaksono, W., Suyatin, & Wicaksono, N. (2023). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi* (D. Sunarsi (ed.); 1st ed., p. 7). Cipta Media Nusantara.

https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Teori_dan_Aplikasi/BpHUEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

Yunus, M., Jaya, I. G., Adam, M., Tabrani, M., Musnadi, S., Ibrahim, M., Kesuma, T. M., & Idris, S. (2023). *MENGENAL APLIKASI DALAM PENELITIAN MANAJEMEN* (E. Risanto (ed.); 1st ed., pp. 88–89). Andi.

https://www.google.co.id/books/edition/MENGENAL_APLIKASI_STATISTIKA_DALAM_PENEL/c9XKEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=method+of+successive+interval&pg=PA88&printsec=frontcover

Zainuddin Iba, A. W. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. In *Metode*

Penelitian Kualitatif (1st ed., Issue 17, p. 43). Deepublish.

[http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)

Zaki, A., Purwanto, Sugiyanto, C., Fatmawati, D., Sulistyaningrum, E., Bastian, I.,

Hartono, J., Sholihin, M., Hanafi, M., Kuncoro, M., Indarti, N.,

Winardi, R., Rostiani, R., Nastiti, Suyanto, & Ciptono, W. (2018).

METODA PENGUMPULAN DATA DAN TEKNIK ANALISIS DATA (J.

Hartono (ed.); 1st ed., p. 31). Andi.

https://www.google.co.id/books/edition/Metoda_Pengumpulan_dan_Teknik_Analisis_D/ATgEEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

Sumber Jurnal

Damayanti, A., & Malau, R. H. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Kemasan dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream And Tea (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Pekanbaru)*. 5(1), 290–302.

Febriana, P. (2020). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laziza Chicken Dan Pizza Di Jambangan Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 744–749.

Hernawati, E., & Sudarwo, R. (2021). *Studi Empiris dalam Konteks Indonesia: Menjembatani Teori dan Realitas Lokal*. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 15-32.

- Iqbal, (2022). (2022). No Title העינים לנגד שבאמת מה את לראות קשה הכי, 15(8.5.2017), 2003–2005. www.aging-us.com
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id*, 10, 1–8. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/731/549>
- Khofifah, N. N., & Mahmud. (2021). Pengaruh Harga dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sophie Martin. *El-Idaarah: Jurnal Manajemen*, 1(1), 1–19.
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Regindratama, A. (2023). Pengaruh Variasi Produk Dan Display Layout Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word of Mouth Sebagai Variabel Mediasi Di Toko Src Jumasri Talang Kawo Merangin Jambi. *Oikos : Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 710–728. <https://doi.org/10.23969/oikos.v7i1.6033>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, 10, 1–20.

- Sari, I. R., & Harti. (2021). Pengaruh kualitas produk , harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Effect of product quality , price and promotion on purchasing decisions. *Akuntabel*, 18(3), 444–451. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/9714/1403>
- Silalahi. (2021). Kerangka Pemikiran dalam Penelitian Sosial: Dari Teori ke Realitas. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 1-22.
- Tobing, O. H. L., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Varian, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 95–104.
- Wahyu Widayat, E. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan. *Jurnal Gici Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 14(1), 102–112. <https://doi.org/10.58890/jkb.v14i1.21>
- Wibowo, B. A., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kenangan Cabang Pakuwon Mall Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(12), 1–16. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index>
- Widyastuti, I., Maharani, M., Haryadi, E., & Wijayanti, D. (2024). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih. *Journal of Economics and Business UBS*, 13(2), 642–661. <https://doi.org/10.52644/joeb.v13i2.1578>
- Zacharias, T., Wenno, & Laurens, S. (2019). *METODE PENELITIAN SOSIAL TEORI*

DAN APLIKASI (M. Rianti (ed.); 1st ed., p. 98). Uwais Inspirasi Indonesia.

https://www.google.co.id/books/edition/METODE_PENELITIAN_SO SIAL_TEORI_DAN_APLIK/RXb8DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=verifikatif&pg=PA98&printsec=frontcover

Sumber Website

Angelia, D. (2022). *Apa Jenis Minuman Favorit Masyarakat Indonesia di Tahun 2022?*

Goodstats. <https://goodstats.id/article/apa-jenis-minuman-favorit-masyarakat-indonesia-di-tahun-2022-s2gWd>

coffee consumption by country 2023. (2023). Retrieved from wisevoter.com:

<https://wisevoter.com/country-rankings/coffee-consumption-by-country/>

Kopi Kenangan. (n.d.). Retrieved from

<https://kopikenangan.com/outlets#:~:text=868%20outlets%20in%2064%20Cities>

Wikipedia. (2023, November 24). Retrieved from Kopi Kenangan:

https://id.wikipedia.org/wiki/Kopi_Kenangan