

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, T. dan Tantri, F. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Keempat. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Abdurahman, A., Rachmawati, A., Kurniawati, D., Kurniawan, B. P. Y., Ambarkahi, R. P. Y., & Subagiyo, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Crispy (Studi Kasus Di Ayam Goreng Nelongso Cabang Jalan Kalimantan, Kabupaten Jember). *J. Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 2(2), 108–116.

Asnawi, N. Dan Masyhuri. 2009. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama*. Malang: UIN-Malang-Press

Badan Pusat Statistik(2020) <https://Jemberkab.bps.go.id/subject/54/Perkebunan.htm/subjectViewTab3>. Diakses Tanggal 22 Juni 2023. Jam 20.30

Badan Pusat Statistik (2021) Statistik Kopi Indonesia <https://www.bps.go.id/publication/2022/11/30/bb965eef3b3c7bbb8e70e9de/statistik-kopi-indonesia-2021.html>. Diakses Tanggal 23 Juni 2023. Jam 18.30

Badan Pusat Statistika (2022) Statistika Telekomunikasi Indonesia <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>

Chasanah, U., & Prihatiningtyas, G. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Blanco Coffee Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(2), 1–18.

Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Timur, 2013 <https://pertanian.jatimprov.go.id/kab-jember/> Diakses Tanggal 23 Juni 2023. Jam 18.30

- Dewi, O. I. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya. *Agora*, 6(2), 2–7.
- Erlangga, R., Tampi, J. R. E., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Halu Kopinspirasi. *Jurnal Productivity*, 197–202.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/29548>
- Firmansyah M.A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* Cetakan Pertama. Surabaya. Cv. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herlambang, S. 2014. *Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Jusmansyah, M. 2020. Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Total Asset Turn Over, Dan Return On Equity Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 9(2), 179–198
- Kanter, G. E., Lapian, J. S. L. H., Soepeno, S., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coffee Latte Era Pandemi Covid-19 Di Rangow Coffee Kecamatan Langowan Barat the Effect of Marketing Mix on Consumer Buying Decision Coffee Latte in the Era Covid-19 Pandemic At Rangow Coffee L. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1555–1565.
- Kotler & Armstrong 2002. *Prinsip Prinsip Pemasaran* Edisi Ke12. Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. 2013 *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* Edisi K4. Jakarta : Erlangga

- Nasib, Amelia & Lestari. 2019. *Dasar Pemasaran*. Cetakan Pertama. Cv. Budi Utama. Yogyakarta
- Purnomo. 2016. Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan *SPSS* . Cetakan Pertama. Ponorogo. Cv. Wade Group
- Rahmasari. 2022. *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Cafe 0 Km Kabupaten Jember*. Program Studi Manajemen Agroindustri Jurusan Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember
- Rizal. 2020. *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0* Cetakan Pertama. Cv. Budi Utama. Yogyakarta.
- Ridyaningsih. 2021. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Avocado Di Kabupaten Bondowoso*. Program Studi Manajemen Agroindustri Jurusan Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember
- Rosalina.2023.*Buku Ajar Statistika*. Cetakan Pertama. Penerbit Cv. Muharika Rumah Ilmiah. Padang
- Rustiray, D. sieke, Pasulu, M., & Syam, A. H. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ss Coffee Space Di Makassar. *Jurnal Online Manajemen ELPEI*, 1(1), 24–31. <https://doi.org/10.58191/jomel.v1i1.13>
- Sangadji, E.M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian)*. Yogyakarta: Cv.Andi Offset
- Saolan, Sukainah, A., & Wijaya, M. (2020). Pengaruh Jenis Kemasan dan Lama Waktu Penyimpanan Terhadap Mutu Bubuk Kopi Robusta (*Coffea robusta*). *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*, 6(2), 337–338.

- Santoso, 2015 *Menguasai Statistik Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Penerbit PT Elex Media Komputind, Jakarta
- Sekartiningsih, Y., & Satrio, R. B. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Gloo Tea. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(12), 1–21. <https://repository.stiesia.ac.id/id/eprint/2291>
- Sieke Rustiray, D., Pasulu, M., & Syam, A. H. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ss Coffee Space Di Makassar. *Jurnal Online Manajemen ELPEI*, 1(1), 24-31.
- Sinaga (2014), *Statistika Dasar*, Pencetakan Pertama Uki Press Jakarta Timur
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Cetakan ke 1. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Ke-23. Bandung: Alfabeta.
- Sumardi. 2020. *Teknik Pengukuran dan Penilaian Hasil Belajar*. Cetakan Pertama. Cv Budi Utama
- Sinuraya, A. Y. B., Rum, M., & Zuhriyah, A. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Niu Green Tea Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. *Agriscience*, 1(3), 597–612. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i3.9762>
- Wowor, S., Messie, J. D. D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seruput Coffee Company Tomohon Di Masa Pandemi. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1472–1481. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35803>