

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Aswaja Pressindo.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan ke 9. Bandung : Alfabeth.
- Asnawi, H. N., & Masyhuri, D. H. (2011). *Metodelogi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang : UIN-Malang Press.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Erlangga, Tampi., & Kaangi. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Halu Kopinspirasi*. 6.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriyanti, Irianto., & Sundari. (2019). *Analisis Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Banaran 9 Di Coffee And Tea Colomadu*. *Agricultural Socioeconomics And Business*, 11.
- Kamaludin., & Iriani. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Kedai Kopi Di Sungguminasa*. *Ecomonics*, 8.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotles , P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kusumah, Echo, P. (2016). *Olah Data Skripsi dengan SPSS 22*. Pangkalpinang : Lab Kom Manajemen FE UBB.

- Lutfiah, Widayanti., & Winarmo. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Minat Beli Konsumen Di Okui Kopi 3.0 Surabaya*. Ilmu Pertanian, Kehutanan Dan Agroteknologi, 4.
- Rantona, s. (2020, agustus 24). *Ampas kopi potensi biofuel di aceh*. Retrived desember 21, 2021, from cerdikindonesia.com: <https://www.google.com/amp/s/cerdikindonesia.pikiranrakyat.com/gaya/amp/pr-86686454/ampas-kopi-potensi-biofuel-di-aceh>
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bsndung : PT Alfabeth
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bsndung : PT Alfabeth
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta : Offset.
- Watae, worang, & Soepomo. (2017). *Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Billy Samrat Di Manado*. EMBA, 10.