

DAFTAR PUSTAKA

- Abbey, J. A. 2003. Hospitality Sales and Marketing. Tersedia pada:
<http://ebookrich.com/book.php?id=816531&geo=zonfr#>
- Adhipuspitasari, M. 2009. Strategi Pemasaran Pada Rocketz Café. (Tugas Akhir).
Fakultas Ekonomi. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Surakarta.
- Adrian, Payne. 2000. Pemasaran Jasa. *The Essence of Service Maerketing*. Andi
Yogyakarta
- Anderson EW, Fornell C dan Lehmann DR. 1994. *Customer satisfaction, market share and profitability: findings from Sweden [internet]*. Amerika (US):
Journal of Marketing.
- Anggraini, L. D. 2015. Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode
Importance Performance Analysis dan *Customer Satisfaction Index* (jurnal).
Malang (ID) : Universitas Brawijaya.
- Anonim. 2009. Kedai kopi [Internet]. Tersedia
pada:<http://ms.glosarium.org/kuliner/arti/kedai-kopi>.
- Assauri S. 2018. Manajemen Pemasaran. Ed ke-1. Cet ke-16. Jakarta (ID): PT
Raja Grafindo Persada.
- Belch, George E., dan Michael A. Belch. 2007. Advertising and Promotion: An
Integrated Marketing Communication Perspective. 8th edition. Boston:
McGraw-Hill, Irwin
- Berman Barry dan Joel R. Evans. 2001. *Retail Management, A Strategic
Approach*. Prentice Hall, United States of America.
- Bryson JM. 1988. *A strategic planning process for public and non-profit
organization. Long Range Planning Vol. 21 No. 1, pp. 73-81. Printed in
Great Britain.* Tersedia pada:
[https://www.theaidsinstitute.org/sites/default/files/attachments/Strategic%20
Planning%20Article.pdf](https://www.theaidsinstitute.org/sites/default/files/attachments/Strategic%20Planning%20Article.pdf)
- Calvindo W. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen
Pada Multi Konsep Restoran 1914 Surabaya (Jurnal). Surabaya (ID) :
Universitas Kristen Petra.

- Darmawan R. 2009. Analisis Pengaruh *Experimental Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- David F. R. 2006. *Strategic Management: Concepts* (Ichsan Setiyo Budi. Pentj.) Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Dharmmesta BS, Handoko TH. 2008. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Ed ke-1. Cet ke-4. Yogyakarta (ID): BPFE-Yogyakarta.
- Engel, J. F., R. D. Blackwell dan P. W. Miniard. 1994. Perilaku Konsumen. Jilid 1. Edisi Keenam. Budianto, penerjemah. Jakarta (ID) : Binarupa Aksara.
- Engel, J. F., R. D. Blackwell dan P. W. Miniard. 1995. Perilaku Konsumen. Jilid 2. Edisi Keenam. Budianto, penerjemah. Jakarta (ID) : Binarupa Aksara.
- Erlambang. A. 2018. Analisis Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Kepuasan Konsumen Kopi pada Cafe Ruang Kopi di Kota Bogor Jawa Barat. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Fakhriyan S.A. 2016. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) di Cherryka Bakery (Jurnal). Yogyakarta (ID) : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fornell, and S.K. Mazvancheryl (2004), “*Customer Satisfaction and Shareholder Value*”, *Journal of Marketing*, Vol 68 (October), pp. 172-185
- Gandul. 2010. Jenis-Jenis Kopi di Indonesia. Tersedia pada <http://bercocok-tanam-kopi.blogspot.com/search?q=gandul%2C+2010>. [Diunduh pada tanggal 27 Oktober 2019]
- Heryana, Elly. 2012. Fenomena *Coffee Shop* sebagai Gaya Hidup Baru Kaum Muda. Yogyakarta (ID): Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- International Coffee Organization*. 2019. *Domestic Consumption* Indonesia. Tersedia pada http://www.ico.org/new_historical.asp?section=Statistics. [Diunduh pada tanggal 27 Oktober 2019]
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2016. Kafe *Shop*. Tersedia pada: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.
- Kementrian Pertanian Republik Indonesia. 2020. Outlook Kopi Indonesia 2019. Republik Indonesia. Jakarta. Tersedia pada: <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id/arsip-outlook/75-outlook-perkebunan/696-outlook-kopi-2019>.

- Khairunnisa R. 2014. Analisis strategi pemasaran kopi lokal di Rumah Kopi Ranin, Kota Bogor (Skripsi). Bogor (ID) : Institut Pertanian Bogor.
- Kotler P, Armstrong G. 2008. Dasar- Dasar Pemasaran. Jakarta (ID): PT.Indeks.
- _____. 2012. Prinsip – prinsip Pemasaran. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta. hal 86.
- Kotler P, Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Ed. Ke-13, Jilid 1. Sabran B, penerjemah ; maulana A, Barnadi D, Hardani W, Editor. Jakarta (ID): Erlangga. Terjemahan dari *Marketing Management, Thirteenth Edition*.
- Kotler P, Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Ed 13. Jilid 2. Jakarta (ID): Erlangga.
- Kotler P, Keller. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Pearson Education Inc. New Jersey. hal 151.
- Krislianto I.A. 2009. Strategi Pemasaran Wisata Kampung Cendawasari, Kec. Leuwiliang, Kab. Bogor. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Marina, T. P. 2016. Analisis Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Just Coffee Specialty Surabaya (Jurnal). Universitas Kristen Petra.
- Nainggolan ER. 2012. Analisis strategi pemasaran tanaman hias adenium pada PT Istana Alam Dewi Tara Sawangan, Depok, Jawa Barat (skripsi). Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Ninik, W. 2014. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Minuman Kopi Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dan *Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS)*. Malang (ID) : Universitas Brawijaya.
- Oldenburg. 1989. *The social transformation of coffee houses: The emergence of chain establishments and the private nature of usage*. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/ijsoctu1&div=51&id=&page=>. [di akses tanggal 30 Januari 2020]
- Prolegal.id, “Bisnis *Coffee Shop* atau Kedai Kopi?”, 19 April 2018. <https://prolegal.id/2018/04/09/bisnis-coffee-shop-atau-kedai-kopi/> [di akses tanggal 30 Januari 2020]
- Rahardjo, P. 2012. Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta. Penebar Swadaya: Jakarta.

- Rahardjo, P. 2017. *Berkebun Kopi*. Penebar Swadaya: Jakarta
- Saaty T. L. 1991. *Proses Hirarki Analitik untuk Pengambilan Keputusan dalam Situasi yang Kompleks (Terjemahan)*. PT Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta.
- Sari, W. Y. 2018. *Kinerja Bauran Pemasaran Coffee Shop di Kota Bandar Lampung (Skripsi)*. Lampung (ID) : Universitas Lampung.
- Singh, M. Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM). 2012, Volume 3, Issue 6 (Sep,- Oct.). tersedia pada: <http://iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/vol3-issue6/G0364045.pdf?id=5454>.
- Spillane, J. J. 1990. *Komoditi Kopi: Peranannya dalam Perekonomian Indonesia*.
- Stanton W.J. 1978. *Fundamentals Of Marketings*. (Buckhari Alma. Pentj.) Jakarta: PT. Grasindo. (2009: 243). Tersedia pada: <http://tiasaindarwati.blogspot.com/2012/12/bauran-pemasaran.html>
- Sugiharto, Dergibson S, Lasmono T. R., dan Deny S. O. 2013. *Teknik Sampling*. Jakarta. hal 60.
- Sugiarto. 2001. *Pengujian Dalam Auditing Statistika dan Nonstatistika Sampling*. Yogyakarta: Pionir Jaya
- Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A. 2018. *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. CV. Budi Utama. Yogyakarta.
- Susila *et al.* 2017. *Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Kafe Grow Kota Malang (Jurnal)*. Malang (ID) : Universitas Merdeka Malang.
- Tyas GE. 2010. *Alternatif strategi pemasaran kopi Arabica, Lampung (skripsi)*. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Wahyuningsih, N. 2014. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Minuman Kopi Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dan Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS)*. Malang (ID) : Universitas Brawijaya.
- Widiyanto D.L. 2012. *Jenis kopi kelas dunia [Internet]*. Tersedia pada: <http://dahlanlatifwidiyanto.wordpress.com/2012/04/22/jenis-kopikelas-dunia/>

Zeithaml, V.A. 2007. *Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research* *Journal of Marketing*.

Zuliyanti, A. S. 2016. *Atraktan Kopi Ramah Lingkungan*. Intelegensi Media. Malang.