

Daftar Pustaka

- Abhista, M. F., & Prijati. (2024). Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap minat beli ulang Point Coffee Stasiun Gubeng Lama Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 13(11).
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh kreativitas produk, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja UKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 185-194.
- Aningsih, R., Broto, B. E., & Melia, Y. (2024). Pengaruh iklan, harga, kualitas produk, dan promosi terhadap minat beli konsumen dalam belanja online di Shopee. *YUME: Journal of Management*, 7(1), 695-706. <https://doi.org/10.37531/yum.v7i1.6390>
- Azwar, S. (2003). *Sikap manusia: Teori dan pengukurannya*. Pustaka Pelajar.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, produk, dan harga terhadap minat beli pada toko online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101-118.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295-336). Lawrence Erlbaum Associates.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Febrianti, I., Tuffahati, J., Rifai, A., Affandi, R. H., Pradita, S., Akamalia, R., & Siahaan, A. (2023). Pengaruh penggunaan teknologi informasi dalam manajemen perencanaan pendidikan untuk meningkatkan efisiensi pendidikan. *Academy of Education Journal*, 14.
- GoodStats. (2024). *Hasil survei pola konsumsi kopi orang Indonesia di tahun 2024*. <https://goodstats.id/publication/hasil-survei-pola-konsumsi-kopi-2024-QT1FU>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage.
- Harahap, P. P. H., Efendi, E., Wijaya, A., Sudirman, A., & Loist, C. (2025). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada Coffee Hariko. *PEMAKALAH: Jurnal Penelitian Manajemen Akuntansi Berkala Ilmiah*, 3(2), 1406-1421.
- Hasnida, & Hidral, A. (2024). Fungsi manajemen George Robert Terry dalam pandangan Islam. *Jurnal Nurul Iman*, 10.
- Islami, F. (2024). Manajemen dalam komunikasi: Perspektif teori manajemen Henry Fayol. *JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 3(1). <http://jurnal.utu.ac.id/JIMSI>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi: Bagaimana meneliti dan menulis tesis?* Erlangga.
- Kusuma, I. (2025). *Pengaruh kualitas produk dan harga serta promosi terhadap minat beli pada Cafe Tentang Rasa Lebaho Ulaq Kecamatan Muara Kaman Kabupaten Kutai Kartanegara* [Skripsi]. Universitas Kutai Kartanegara.
- Laia, S. J., Simanjorang, E. F. S., & Hansyah, P. (2025). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap minat beli konsumen pada kopi keliling HB Kopling di Kota Rantauprapat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 5(2), 453-466. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v5i2.609>
- Lestari, E. (2024). Persepsi konsumen mengenai harga, lokasi, dan kualitas pasar terhadap minat beli konsumen di Pasar Klandasan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 133-138. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13491>

- Mantong, S., Pongtuluran, A. K., & Kannapadang, D. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli pada usaha Garasi Kopi Toraja di Kelurahan Rante Pasele, Kabupaten Toraja Utara. *Jurnal Tana Toraja*, 4(2). <https://doi.org/10.55182/jtp.v4i2.410>
- Misra, I., Wulandari, & Rahma. (2024). *Manajemen pemasaran: Konsep dan teori*. K-Media.
- Prawiranegar, A. H., & Wijaya, Y. (2025). Integrating product quality dimensions into competitive advantage strategies: A thematic synthesis toward sustainable value creation. *El-Kahfi: Journal of Islamic Economics*, 6(2), 337-350. <https://doi.org/10.58958/elkahfi.v6i02.575>
- Pujiati, H., Yosepha, S. Y., & Aditia, Y. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap minat beli Kopi Kenangan pada Mall Ambassador, Jakarta Selatan. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 6(2), 88-100. <https://doi.org/10.33753/madani.v6i2.270>
- Putri, N. R. D. S. (2025). *Pengertian manajemen dan konsep manajemen* [Makalah].
- Ramadhan, R. P. (2022). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kopi susu kekinian dengan menggunakan minat beli sebagai variabel intervening* [Skripsi]. Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis. <https://repository.kalbis.ac.id/handle/123456789/946>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Pearson.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik pengumpulan data: Observasi, wawancara, dan kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 39-47. <https://samudrapublisher.com/index.php/JISOSEPOL>
- Sarmanu. (2017). *Dasar metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan statistika*. Airlangga University Press.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). *Consumer behaviour: A European outlook* (2nd ed.). Pearson.
- Siantry, A., Untari, D. T., & Andrian, A. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Karoseri PT Adhikarisma Pratama. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(1), 211-222. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i1.2202>
- Sidik, E. A., & Widjaja, W. (2026). Pengaruh kualitas produk, harga, dan niat beli terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di wilayah Jabodetabek. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 1740-1748.
- Siregar, M. G., Sundari, A. P., & Elsa, N. (2025). Studi kelayakan bisnis Kopi Keliling. *Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis*, 8(1). <https://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi-ekonomi-dan-bisnis/867>
- Soviyanti, E., & Khairani, Z. (2024). *Manajemen pemasaran*. LPPM Universitas Lancang Kuning. <http://www.lppm.unilak.ac.id>
- Stansyah, M. R., Tegar, M., Seiya, S. A., & Choirunnisa, R. (2023). Analisis pengaruh minat beli konsumen terhadap pembelian makanan dan minuman melalui aplikasi GoFood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada GrabFood (studi wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1). <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/ilmiahm-progress/article/view/867>
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.

- Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-prinsip utama manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51-61. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1615>
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2019). *Dasar-dasar manajemen*. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(1), 32-39. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.34390>
- United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service. (2025). *Coffee annual: Indonesia* (Report ID2025-0021). https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Coffee+Annual_Jakarta_Indonesia_ID2025-0021.pdf
- Wijaya, S., & Brahma, R. I. A. (2025). Pengaruh price fairness, product quality, dan product innovation terhadap customer satisfaction pada pembeli Es Jumbo Qiu Qiu di Surabaya. *Gemah Ripah: Jurnal Bisnis*, 5, 980-991.
- Wiyanti, S., Rahma, M. Y., Putri, P. K. B. R., & Pramushinta, A. D. (2024). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap minat beli ulang konsumen Coffeeshop Budaya Kopi Kota Tegal. *EBISMAN: eBisnis Manajemen*, 3(1), 1-14. <https://doi.org/10.59603/ebisman.v3i1.628>
- Yulianti, R. (2020). *Penerapan komunikasi personal selling di PT AXA Mandiri Financial Services dalam mendorong minat beli produk asuransi jiwa tahun 2019 (studi kasus pada Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin, Bekasi)* [Skripsi]. Universitas Mercu Buana.