

DAFTAR PUSTAKA

- Alfirahmi. 2019. Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect. *Jurnal Lugas* : Vol. 3 No. 1, Juni 2019: 24 - 32.
- Amanda, Tasya; Nurmalina, Rita; Jahroh, Siti. 2021. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Waroeng Hotplate Odon Bogor. *Jurnal Agribisnis Indonesia* : Vol. 9 No. 1, Juni 2021.
- Amilia, Suri & Novianti, Ayu. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* : Vol. 5 No.1, Mei 2016.
- Asri, Marwan. 1986. *Marketing*. Yogyakarta: BPFE.
- Assauri, Sofjan. 1987. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- BPS. 2023. Rata - Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas dan Daerah Tempat Tinggal Tahun 2018 - 2022.
- BPS. 2022. *Statistik E-Commerce 2022*.
- BPS Kabupaten Sleman. 2023. *Kabupaten Sleman dalam Angka 2023*.
- BPS Kabupaten Sleman. 2023. *Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan 2020-2022*.
- BPS Provinsi D.I. Yogyakarta. 2020. *Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa, dan Tenaga Pendidik di bawah Kemenristek Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi D.I. Yogyakarta*.
- Cahyadi, Kevin & Aprillia, Ariesya. 2022. Pengujian Efek Bauran Pemasaran 7P pada Loyalitas Konsumen di Pasar Tradisional Mandalagiri Garut. *Jurnal Education and Development* : Vol. 10 No. 2, Mei 2022.
- Chelsea; Zhafira, F.A.; Putra, Jose; Susana; Delia, Z. N. 2022. Pengaruh Penggunaan Belanja *Online* Masyarakat Indonesia: Sebelum, Selama, dan Sesudah Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan, Seni, Sains, dan Sosial Humanioral* : Vol. 1 No. 1, September 2022.
- Dhita, S. G.; Mukson; Setiadi, Agus. 2022. Pengaruh Marketing Mix 7P terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Olahan Kopi *Espresso* di Kota Semarang. *JEPA* : Vol. 6 No. 1.
- Ferdinand, A. 2002. *Structural Equation Modelling* dalam Penelitian Manajemen. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Fibriyanti, N. A. & Hukama, L. D. 2021. Niat Beli Ulang Mahasiswa terhadap Kopi Berkonsep *Coffee-to-go Shop*. *Jurnal Manajemen Maranatha* : Vol. 20 No. 2, Mei 2021: 185 - 196.

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. & Kusumadewi, K. A. 2023. *Partial Least Square* Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 4.0 untuk Penelitian Empiris. Semarang: Yoga Pratama.
- Ghozali, I. & Latan, H. 2014. *Partial Least Squares* Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. 1995. *Customer Loyalty: How to Earn, How to Keep it*. Jossey-Bass Publisher.
<https://archive.org/details/customerloyaltyh00grif/page/n11/mode/2up?view=theater>
- Hair, J. F.; Black, W. C.; Babin, B. J.; Anderson, R. E. 2006. *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Inc.
- Hamzah, S. A. & Hasanah, Y. N. 2023. Pengaruh Harga dan Promo terhadap Loyalitas Konsumen *Shopeefood* di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen* : Vol. 12 Issue 2, Juni 2023.
- Hartono. 2011. Konsep dan Aplikasi *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hendratta, A. A. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kopi Cap Keluarga di Kota Kotamobagu Sulawesi Utara. Institut Pertanian Bogor.
- Herlyana, Elly. 2012. Fenomena *Coffee Shop* sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqafiyat* : Vol. 13 No. 1, Juni 2012.
- Imam, Muhammad. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen *Dailydose Coffee and Eatery* di Kota Bogor. Institut Pertanian Bogor.
- Internal Coffee Organization (ICO). 2021. World Coffee Consumption. Diakses dari https://www.ico.org/trade_statistics.asp?section=Statistics. pada tanggal 10 Desember 2022 pukul 14.05 WIB.
- Kartikasari, Sheila; Winarno, S. T.; Nurhadi, Eko. 2022. *Marketing Mix Strategy for a Coffee Brand: Evidence from Mojokerto City*. *International Journal of Research and Innovation in Social Science* : Vol. 6 Issue 1, Januari 2022.
- Kementerian Perindustrian RI. 2020. Tekan Dampak Covid 19 Menperin Pacu Kreativitas IKM Kopi Berjualan *Online*. Diakses dari <https://kemenperin.go.id/artikel/21693/> pada tanggal 14 Desember 2022 pukul 21.00 WIB.
- Komunitas Kopi Nusantara. 2022. Jumlah Kedai Kopi di Daerah Istimewa Yogyakarta 2018 - 2022.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.

- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 1997. Dasar - Dasar Pemasaran Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Phillip & Keller, K. L. 2016. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip & Susanto, A.B. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniawan, C.N.; Wahyu, E. E.; Nurbaya, Siti. 2020. Review Integratif Mengenai Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Industri Minuman Kopi. Senabisma : Vol. 6, Oktober 2020.
- Lawrance, N. L.; Suardana, I. M.; Asdiansyuri, Ulfiyanti. 2022. Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi pada Kopi *Living* Mataram. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis : Vol. 1 No. 3, November 2022.
- LLDiktiV. 2023. Daftar Perguruan Tinggi Sleman. Diakses dari <https://lldikti5.id/evira/frontpage/carialamatpt> pada 4 Agustus 2023 pukul 16.06.
- Lupiyoadi, R. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Marie, A.L.; Sulistyo, T. D.; Ratnaningtyas, H.; Monita, M. 2021. Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Praja Bintaro Tangerang Selatan. Jurnal Manajemen dan Bisnis : Vol. 6 No. 2, Desember 2021.
- Maspul, K. A. 2020. *a Brief Overview Between Coffee and Covid-19 Pandemic*. Zenodo, Article 5199509.
- McCarthy, E.J & Perreault JR, W.D. 1987. *Basic Marketing A Managerial Approach*. New York: Richard D. Irwin Inc.
- Mustaqimah, Aisatul; Hartoyo; Nurmalina, Rita. 2019. *Marketing Mix Effect Towards Customer Satisfaction and Loyalty: Case Study of Rejuve Cold-Pressed Drinks. Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship* : Vol. 5 No. 3, September 2019.
- Mutiahana, A. P & Farida, S. N. 2021. Pengaruh Kebiasaan, Kepuasan, Kesukaan, dan Komitmen terhadap Loyalitas Konsumen dalam Membeli Kopi Janji Jiwa Secara *Online* pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis : Vol. XII No. 1, Mei 2021: 226 - 233.
- Nurwulandari, Andini & Maharani, Septi. 2020. Pengaruh Harga, Produk, Distribusi, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Coffee19 Cafe. JIMEA : Vol. 5 No. 3.
- Pemerintah Kabupaten Sleman. 2023. Letak dan Luas Wilayah. <https://slemankab.go.id/profil-kabupaten-sleman/geografi/letak-dan-luas-wilayah/>
- Potia, A., & Dahiya, K. 2020. *Optimistic, Digital, Generous: Covid19's Impact on Indonesian Consumer Sentiment*: 1 - 4. <https://www.mckinsey.com/businessfunctions/marketing-and->

[sales/ourinsights/survey-indonesian-consumersentiment-during-the-coronaviruscrisis#](#)

- Purnamasari, Ita; Anindita, Ratya; Setyowati, P.B. 2018. *The Influence of Marketing Mix (Product, Price, Place, and Promotion) of Customer Satisfaction Transform into Customer Loyalty on a Coldplay Juice Soji*. HABITAT: Vol. 32 No. 1, 2021.
- Rahardjo, C. A.; Harianto; Suwarsinah, H. K. 2019. *The Effect of Marketing Mix on Consumer Satisfaction and Loyalty for Indonesian Brand Salad Dressing XYZ*. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis : Vol. 5 No. 2, Mei 2019.
- Ramadhani, T. A. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Kulo Bogor. Institut Pertanian Bogor.
- Sangadji, E. M. & Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sekaran, U. & Bougie, R. 2016. Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. John Wiley & Sons. https://archive.org/details/researchmethods0000seka_l8p5/page/288/mode/2up?view=theater
- Setio, Steve. 2020. Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Kepuasan dan Loyalitas *Customer* Hotel Amaris Darmo Surabaya. Jurnal Ekonomi dan Keuangan : Vol. 4 No. 3, September 2020.
- Simamora, B. 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Nurafrina; Elfikri, Mifta; Daulay, R.P. 2022. Pengaruh Lokasi, Promosi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pengunjung Kawasan Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat). Jurnal Sosial dan Ekonomi : Vol. 3 Issue 1, 2022.
- Solomon, M. R. 2006. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. In Pearson Prentice Hal. <https://archive.org/details/consumerbehavior0ed7solo/page/n3/mode/2up?view=heater>
- Sudari, S. A.; Tarofder, A. K.; Khatibi, Ali; Tham, Jacqueline. 2019. *Measuring the Critical Effect of Marketing Mix on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in Food and Beverage Products*. Management Science Letters: Vol. 9, 12 Mei 2019 : 1385 - 1396.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. 2003. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. 2005. Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: ANDI.

Toffin & Mix. 2020. 2020 *Brewing In Indonesia Toffin Insight*.
<https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riset-2020-brewing-in-indonesia/>

Wardana, I. F. B. & Astutiningsih, S. E. 2022 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Moderating*) Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam : Vol. 8 No. 3, 2022 : 2626 - 2640.

Wirawan, A. A.; Sjahrudin, Herman; Razak, Nurlaely. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. Jurnal Organisasi dan Manajemen : Issue 1, Agustus 2019: 15 - 26.

Yudho, S. K. S & Agustin, S. 2022. Pengaruh *Marketing Mix* (7P) terhadap Keputusan Pembelian pada Toko *Online* Dapurdep. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Vol. 11 No. 8, Agustus 2022.

Zeithaml, V. A.; Bitner, M. J.; Gremler, D. D. 2017. *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. New York: McGraw Hill Education.