

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, B. S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Manajemen Sains Indonesia*, 3(1).
- Arisah. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk UD. Bolu Salak Kenanga Padangsidempuan*. IAIN Padangsidempuan.
- AEKI.(2016). *Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia*. www.aeki_aice.org/industri_kopi_aeki.html. Diakses pada 16 Januari 2022.
- Badan Pusat Statistika. (2019). *Statistik Kopi Indonesia 2019*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistika. (2022). *Kecamatan Guguk Panjang Dalam Angka*. Badan Pusat Statistika
- Bancin, J. B. (2019). *Citra Merek dan Word Of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. CV. Jakad Media Publishing.
- Disperindag. (2014). *Potensi Komoditi Industri Kecil dan Menengah Kota Bukittinggi Provinsi Sumatera Barat Tahun 2014*. [www. disperindag.sumbarprov.go.id/details/news/9013](http://www.disperindag.sumbarprov.go.id/details/news/9013). Diakses pada 16 Januari 2022.
- Fadilah, R. (2020). *Analisis Hubungan Bauran Pemasaran dan Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Pada Rimbun Espresso & Brew Bar Di Kota Padang*. Universitas Andalas.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Deepublish Publisher.
- Ghozali, I. (2006). *Analisis Multivarite dengan SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Deepublish Publisher.
- Jamal, M. M. (2012). Kinerja dan Prospek Pembangunan Agroindustri dalam Perspektif Pembangunan Pertanian Nasional. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 75-86.
- Jannah. (2019). *Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Berbasis Syariah Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Produk Nozy Juice Di Kota Banda Aceh*. UIN Ar-Raniry.

- Kementerian Perindustri Republik Indonesia. (2013). *Produksi Kopi Nusantara Ketiga Terbesar di Dunia*. www.kemenperin.go.id. Diakses pada 16 Januari 2022.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT Erlangga.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga.
- Kustiari, R. (2007). Perkembangan Pasar Kopi Dunia Dan Implikasinya Bagi Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*.
- Maharani, D. (2021). *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Hydro Garden Padang*. Universitas Andalas
- Kambalong, M. (2021). *Metode Riset dan Analisa Saluran Distribusi*. CV.Penerbit Qiara Media.
- Muliyani, A. A. (2021). *Metodologi Penelitian*. Scopindo Media Pustaka.
- Musfar, T. F. (2020). *Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. CV. Media Sains Indonesia.
- Nalurita, S., Asmarantaka, R. W., & Jahroh, S. (2014). Analisis Daya Saing dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 2(1), 63-74.
- Nelly, R. D (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minyeuk Pret Di Kota Banda Aceh. *Seminar Naional*, 363-374.
- Noor, Z. Z. (2021). *Strategi Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Putri, Y. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Kedai Kopi Serasi. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 134-144.
- Pradana, A. N. (2018). *Analisis Usaha Kopi Kuda Terbang Di Kecamatan Padang Timur Kota Padang*. Universitas Andalas.
- Prasetio, A. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. Yayasan Kita Menulis
- Pratama, Y. A. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(3).
- Rahardjo, P. (2012). *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Penebar Swadaya.

- Rahmat, A. (2020). *Metodologi Penilaian Pendekatan Multidisipliner*. Ideas Publishing.
- Ramdahan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rose, T. D. (2020). Brand Image of Interest in Buying Current Coffe Consumers in Jakarta. *Literatus*, 40-51.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. CV. Budi Utama.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Prenada Media Group.
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Bei Konsumen Pada Usaha UMKM Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora* 9(2): 144-158.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia.
- Susanto, P., & Rahmi, N. (2013). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Sepeda Fixie di Kota Padang. *Jurnal Kajian Mnajemen Bisnis*, 2(1), 61-62.
- Sutrisno. (2015). *Model Klaster Dan Pengukuran Kinerja Sistem Agroindustri Kelapa Sawit Di Sumatera Selatan*. Deepublish Publisher.
- Suyanto, M. (2004). *Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia Untuk Pemasaran*. Andi.
- Syabena, M. F. (2022). *Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Kopi Bubuk Di Nagari Koto Tuo Kecamatan Sungai Tarab Kabupaten Tanah Datar*. Universitas Andalas.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Trihastuti, A. E. (2020). *Manajemen Pemasaran Plus++*. Deepublish Publisher.
- Triyono, W. d. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Ulfa, R. (2020). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Kopi Bubuk Kub Kopi Rang Bukik Apik Di Kota Bukittinggi*. Universitas Andalas.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.

Widiati, R., & Kusumastuti, T. A. (2013). *Manajemen Agribisnis: Aplikasi Pada Industri Peternakan*. CGS Press PT. Citra Gama Sakti

Widyaningrum, N. A. (2017). Dampak Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Crispy Rice Crackers. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(6), 634-641.

Wijaya. A. (2021). *Ilmu Manajemen Pemasaran: Analisis dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis

Yusiana, R. N. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Anjis Cabang Telaga Bodas Bandung. *Banking and Manajemen Review*.

