

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Arief Adi Satria. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 2, Nomor 1, April 2017 :45 – 53.
- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basu Swastha DH. 2005. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Batra, R., Myers, J. G., & Aaker, D. A. 2009. *Advertising Management*. Fifth Edition. Patparganj, Delhi: Pearson Education.
- Cindy Mutia Annur, 2020, *Peluang Wanginya Industri Kopi Indonesia Usai Pandemi*, diakses dari <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/5fca6227da8b9/peluang-wanginya-industri-kopi-indonesia-usai-pandemi>.
- Didih Suryadi, 2006, *Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*, Tugu Publisher, Nyutran.
- Effendy, Onong Uchjana, 2003, *Televisi Siaran Teori dan Praktek*, Mandar Maju, Bandung.
- Engel, James. F, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 2012. *Consumer Behavior*. Orlando: The Dryden Press.
- Femia Lolasary. 2015. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion yang Diiklankan Melalui Twitter (Studi pada Mahasiswi Program Studi Administrasi Bisnis FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta angkatan 2012-2015 yang menggunakan Twitter)*. Diakses dari <http://eprints.upnyk.ac.id/8112/>.
- Gaspersz, Vincent. 2011. *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hawkins, I. Best, dan R.J. Coney. 2001. *Consumer Behavior: Building Market Strategy*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Immanuel Giras Pasopati, 2015, *Kisah Kopi Luwak, dari Pasar ke Telinga Oprah*, diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20150217202029-92-32897/kisah-kopi-luwak-dari-pasar-ke-telinga-oprah>.**
- Iwan dan Kaman Nainggolan. 2017. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Awareness* dan Harga Produk terhadap Minat Beli Mie Sukses (Studi Empiris Pada Penduduk Kecamatan Pinang-Kota Tangerang). *Cakrawala, Vol. XVII, No. 2, September 2017*, hal. 146-155.

- Jogiyanto, H.M. 2007. *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman–Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Kasali, Rhenald, 2011. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Komarrudin. 2014. *Ensiklopedia Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Konsultan Solusi, 2013, *Pasar Kopi Indonesia – Kecerdikan Kopi Luwak White Koffie*, diakses dari <https://konsultansolusi.com/2013/07/21/pasar-kopi-indonesia-kecerdikan-kopi-luwak-white-koffie/>.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2016. *Manajemen Pemasaraan*. Edisi Millennium. Jakarta: Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Morrissan, 2012, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Mowen, John C., Michael Minor, 2012. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Nyoman Wisniari Savitri. 2017. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Iklan Melalui Media Televisi terhadap Minat Beli pada Tokopedia di Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 8, 2017: 4214-4239.
- Pambudi, Tika, 2006, *Metodelogi Riset Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Purnamasari, I.G.A Yulia. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015*. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JIP)* vol. 5 no.1 Tahun 2015.
- Royan, Frans M., 2015. *Marketing Selebritis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ruri Putri Utami dan Hendra Saputra. 2017. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Pasar Sambas Medan. *Jurnal Niagawan* Vol 6 No 2 Oktober 2017, hal. 44-53.
- Sari, Endang S. 2005. *Audience Research: Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar Dan Pemirsa*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Setiadi Nugroho. J. 2008. *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Shimp, Terence, 2015. *Integrated Marketing Communication In Advertising & Promotion*. Seventh Edition. International Student Edition Thompson, South Western.
- Sigit, Soehardi, 2001, *Pengantar Metodologi Penelitian: Sosial, Bisnis, Manajemen*, BPEF UST, Yogyakarta.
- Simamora, Bilson, 2012. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso dan Ana Retnoningsih. 2011. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cetakan Pertama. Semarang: Widya Karya.
- Sulaksana, Uyung. 2005, *Intregated Marketing Communication*. Pustaka Publisher, Yogyakarta.
- Sumartono, 2014, *Terperangkap dalam Iklan*, Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, Ujang, 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sutrisno Hadi, 2004, *Metode Penelitian Research*, Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Umar, Husain. 2016. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama dan Jakarta Business Research Center.
- Winarno, Surakhmad. 2004. *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode, dan Teknik*. Bandung: Tarsito.
- Woro Auliadana Balkis, 2021, *Ternyata Arya Saloka Pemeran Aldebaran di Ikatannya Punya Bakat Terpendam*, diakses dari <https://portaljember.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-161405102/ternyata-arya-saloka-pemeran-aldebaran-di-ikatan-cinta-punya-bakat-terpendam>.
- Zeithaml, V. A., A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry. 1990. *Delivering Quality Services*. New York: Free Press.

