

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 1991. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Berman, Berry. 2007. *Retail Management A Strategic Approach*. Ninth Edition. Pearson Education. New Dehli.
- Durianto *et al.* 2014. *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gozali dan Ratmono. 2017. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harhap. 2018. *Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kendaraan Bermotor pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut*. *Jurnal Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Garut*.
- Hermawan. 2015. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria di Jember*. *Jurnal Prodi Manajemen FE Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Hidayat Muchtar. 2011. *Manajemen Aset (Privat dan Publik)*. Yogyakarta: LaksBang.
- Ikhsan. 2016. *Pengaruh Akseptabilitas, Keterjangkauan, Aksesabilitas dan Kesadaran Terhadap Nilai Beli Layanan 4G Telkomsel, di Bandar Lampung*. Tesis Program Pascasarjana Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Lampung.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi 2008. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Keown, J. Arthur. 2000. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kolyesnikova, Natalia. 2008. *The influence of Product Knowledge on Purchase Venue Choice: Does Knowing More Lead from Bricks to Clicks?. Supply Chain Forum an International Journal Volume 9 (2), hlmn 28-40*.
- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management*. Pearson Education Limited. England.
- Kotler, Phillip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks. Kelompok Gramedia.

- Lafferty dan Goldsmith. 1999. The Influence of Corporate Credibility on Consumer Attitudes and Purchase Intention. *Corporate Reputation Review* 3(4):304-318.
- Marta dan Setyawati. 2018. Perilaku dan Konflik Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iklan Baru di Televisi. *Jurnal National Conference of Creative Industry Universitas Bunda Mulia Jakarta*.
- Meidawati. 2015. Analisis Kepuasan Konsumen Pasar Ciputat Kota Tangerang Selatan. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- MPKG. 2009. Buku Persyaratan Indikasi Geografis: Buku Persyaratan Kopi Gayo (Arabika). Masyarakat Perlindungan Kopi Gayo. Aceh Tengah.
- Nafarin. 2006. Penganggaran Perekonomian, Edisi ketiga. Jakarta: Salemba Empat
- Nazir. 2017. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia.
- Nezakati. 2011. Exploring Hierarchy Situation of 4A Marketing Mix on Malaysia's Fast Fodd Restaurants. *World Applied Science Journal*.
- Nezakati. 2011. Exploring Hierarchy Situation of 4A Marketing Mix on Malaysia's Fast Food Restaurants. *World Applied Science Journal* 15 (8): 1157-1167 Faculty of Economics and Management, Universiti Putra Malaysia (UPM).
- Oktaviani. 2014. Pengaruh Kualitas layanan, Emosioal Konsumen, dan Kemudahan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen. *ok Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*.
- Ouwersloot dan Tudorica. 2001. Brand Personality Creation Through Advertising. *Maastrich academic Center for Research in Services Journal*.
- Prastowo, et al. 2010. Budidaya Pasca Panen Kopi. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan Kementerian Pertanian.
- Ridwan. 2004. Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula. Alfabeta. Bandung.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen. Edisi 7. Jakarta.
- Sheth dan Sisodia. 2012. The 4A's of Marketing: Creating Value for Customer Society. Routledge. United Kingdom.

- Sitania, F. D. 2010. Analisis Keandalan Produk dengan Pola Penggunaan Intermitten. Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pattimura Ambon.
- Sugiyono.2019. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Aflabeta. Bandung
- Sulaiman.2016. The Influence of Marketing Mix 4A and Health Conciousness Towards Ethical Consuption. Skripsi Fakultas Bisnis President University.
- Sumarwan.2011. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sunyoto. 2012. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Buku Seru.
- Tjiptono.2014. Strategi Pemasaran. Andi Offset. Yogyakarta.
- Toffin. 2020. Brewing in Indonesia: Insight for Successful Coffee Shop Business. Toffin Independent Research.
- Turk dan Ercis. 2017. 4A Marketing Mix Impacts on Organic Food Purchase Intention. Serbian Journal of Management 12 (2) (2017) 189-199.
- Umah Kopi Gayo. 2020. Buku Catatan Penjualan Umah Kopi Gayo. Umah Kopi Gayo. Yogyakarta.
- Umah Kopi Gayo. 2020. Buku Kas Umah Kopi Gayo. Umah Kopi Gayo. Yogyakarta.
- Umah Kopi Gayo. 2020. Lembar Daftar Harga Kopi Umah Kopi Gayo. Umah Kopi Gayo. Yogyakarta.
- Vaughan dan Elliott. 1978. Fundamental of Risk and Insurance / Emmett J. Vaughan ; the late, Curtis M. Elliot. Santa Barbara: Jhon Wiley & Sons.
- Yunus dan Susilaningsih. 2018. Panduan Pendirian Usaha Kopi. Badan Ekonomi Kreatif Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Zhen dan Mansori. 2012. Young Female Motivation for Purchase of Organic Food in Malaysia. International Journal of Contemporary Business Studies Vol. 3, No: 5, May, 2012 ISSN 2156-7506

