

DAFTAR PUSTAKA

- News-Majalah Otten Coffee. (2015). SEJARAH “FIRST, SECOND AND THIRD WAVE COFFEE”. Diakses 16 April 2021, dari: <https://majalah.ottencoffee.co.id/sejarah-first-second-and-third-wave-coffee/>
- Abidin, M. Zainal. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Mudārabah : Studi Kasus PT. BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya. UIN Sunan Ampel Surabaya. Diakses 17 April 2020, dari: <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/1053>
- Aditiya, Iip M. (2020, September 22). Bersama Brasil dan Vietnam, Indonesia Kuasai Total Produksi Kopi Dunia. Diakses 16 Desember 2020, dari: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/09/22/siapa-sangka-indonesia-menjadi-salah-satu-negara-penghasil-kopi-terbesar-di-dunia>
- Akgün, Ali Ekber; Koçoglu, Ipek; Keskin, Halit; Ince, Hüseyin; Imamoglu, Salih Zeki (2010). The Relationship Between Intellectual Capital, Innovation and Competitive Advantage. European Conference on Innovation and Entrepreneurship. 42-XXV: Reading : Academic Conferences International Limited.
- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI). (2017). Industri Kopi Indonesia. Diakses 25 Maret 2020, dari: http://www.aekiaice.org/industri_kopi_aeki.html
- Indonesia-Investments. (2017). Komoditas: Kopi. Diakses 16 Desember 2020, dari: <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/kopi/ite m186>
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. (2012). Prinsip - prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1, Jakarta : Erlangga.

Ma'ruf, Hendri. (2005). Pemasaran Ritel. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Muhammad Firdaus, Ananda (2019). Penikmat Kopi Indonesia Melonjak, Pria yang Juara. Diakses 25 Maret 2020, dari: <http://www.ayobekasi.net/read/2019/09/18/3528/> penikmat-kopi-indonesia-melonjak-pria-yang-juara

Rifqi Hutami, Zakiah (2014). Lingkungan Pemasaran Produk Kopi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Satya, Edwien. (2019, Maret 3). Minum Kopi Membangun Negeri. Diakses 16 Desember 2020, dari: <https://kumparan.com/edwien-satya/minum-kopi-membangun-negeri-1551630569121051880/full>

Sekretariat Jenderal - Kementerian Pertanian. (2015). Outlook Kopi - Komoditas Pertanian Subsektor Perkebunan. Indonesia: Pusat Data dan Sistem Informasi.

Sugianto, Danang. (2019, Desember 17). Hasil Riset: Kedai Kopi di RI Bertambah 2.000 Dalam 3 Tahun. Diakses 28 Desember 2020, dari: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-riset-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun>

Thabroni, Gamal (2019, Agustus 18). Desain: Pengertian Desain Produk, Tujuan, Fungsi & Pendapat Ahli. Diakses 17 Januari 2020, dari: <https://serupa.id/pengertian-desain-produk-tujuan-fungsi-pendapat-ahli/>

Wartakotalive. (2018). Kedai Kopi Terus Tumbuh, di Jakarta dan Sekitarnya Diperkirakan Ada 1.500 Kedai Kopi. Diakses 16 Desember 2020, dari: <https://wartakota.tribunnews.com/2018/07/06/kedai-kopi-terus-tumbuh-di-jakarta-dan-sekitarnya-diperkirakan-ada-1500-kedai-kopi>.

Muhammad Ghofar Triyono. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk GOF Fashion Store.

Melisa Zuriani Hasibuan. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Sutan Jepara Mebel Laut Dendang Deli Serdang.

Muhammad Fazrir Arfan. (2019). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian Tenun Pada Konsumen Raki Tenun Binaan Dinas Koperasi Deli Serdang.

