DAFTAR PUSTAKA

Nur Naninsih,Hardiyono, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (UMKM) 310 Di Makassat*/, Jurnal Aplikasi Manajemen dan Kewirausahaan,Vol. 1, No. 1, Februari 2019, hlm. 47-48

Agus Hermawan,/*Komunikasi Pemasaran*/,(Penerbit Erlangga, Universitas Negeri Malang, pada tahun 2012),hal. 33-34

A. Lutfiah,"*Marketing Mix Cafe Carlos* Dalam Peningkatan Minat Konsumen Di Kota Pare-Pare",Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pare-Pare,2019,hal. 19-20

Muhammad Furqon," *Analisis penerapan strategi baruan pemasaran dalam meningkatkan pendapatan usaha (studi pada toko emas barokah turen)*",Skripsi Universitas Islam Negeri, 2019, hal. 65.

Ahmad Mas Ari, Muhammad Ihsan Hamdy, Mila Dinda Safira*: Analisis Strategi Marketing Mix* Menggunakan Konsep 4p (*Price, Product, Place, Promotion*)/, Jurnal Teknik Industri, Vol. 5, No. 2, 2019, hlm. 85.

Camelia Praestuti,:/*Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mama-Mama Penjual Noken Di Oyehe Kabupaten Nabire/*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 10, No. 1, 2020, hlm. 21

Sonia Pamela,"Analisis *Marketing Mix* Dalam *Creation Brand* Kuliner Milenial (Studi Kasus Lokal *Coffe* Di Kota Metro)", Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2020, hlm.30

Sylvia Shareen, Nur Rahmah Andayani, *Pengaruh Baruan pemasaran* (*Marketing Mix*) *Terhaap Keputusan Pembelian Pada Produk Kara Santan Pt. Enseval Putera Magatrading,Tbk*/, *Jurnal of applied business administration*, Vol. 2, No. 1, 2018, hlm. 48.

Ayu Mahendra,"*Pengaruh Promosi Penjualan (Sales promotion)Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. La Genius International Group Cabang Medan",Skripsi Unuversitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*, 2018, hlm. 22-23

Reskia Hutari Zulfi,"Analisis *Mix Promotion* Kedai Kopi 'V Coffe' Di Kota Padang", Skripsi Universitas Andalas Padang, 2022, hlm. 19-20.

AI88bi Anggito dan Johan Setiawan,*Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi 1(Sukabumi:CV Jejak,929018), hlm. 92.

Muh. Fitrah, S.Pd. M.Pd dan Dr. Luthfiyah, M.Ag,/*Metodologi Penelitian*/,(Sukabumi: CV jejak, 2017), hlm. 37.

Sugiono,/*Metode Penelitian Bisnis/*,(Bandung:PT.Yrama Idya, 2001), hlm. 120

Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si dan Amirullah, SE., M.M,/*Metode Penelitian Bisnis Pendektan Kuantitatif dan Kualitatif/,* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), hlm. 221-228

Prof.Dr.Sugiyono,*Metodepenelitian*(pendekatan kualitatif,kuantitatif dan R&D),(Bandung:Alfabeta,2015), hlm, 203.

Richard West dan Lynn H.Turner,/*Pengantar Teori Komunikasi/,* (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), hlm. 83.

Program Studi Ekonomi Syariah, "Reakreditasi Program Studi Sarjana: Evaluasi Diri Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Watampone", Boorang, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Watampone, 2013, h.12.

Raba Nathaniel, *Pengantar Bisnis*, esisi 1 (Jawa Timur: Uwasis Inspiras Indonesia, 2019), hlm. 96.

Hieronymus Budi Santoso, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan,* edisi 1 (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2020), hlm. 3.

Otto R. Payangan, Pemasaran Jasa Parawisata, edisi 1 (Jakarta: PT Penerbit IPB, 2013), hlm. 64.

Mariza Shabastian, dan Hatane Samuel, Pengaruh Strategi Harga dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty Di Tator Cafe Surabaya Town Sguare, *Jurnal Manajemen Pemasara,* Vol. 1, No.1,2019, Hal. 2-3.

Giovanni, Santosa, *Pasar Persaingan Sempurna,* edisi 1 (Jakarta: PT Penerbit IPB,2020), hal. 46.

Hieronymus Budi Santoso, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan,* edisi 1 (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2020), hlm. 3.

Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer,* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 12.

Sandra Olifia, Solten Rajagukguk, Astri Ananda, *Makna kedai Kopi sebagai Ruang Publik Di Kalangan Remaja,* Vol. XXVII, No. 3, 2022, hal. 251

.

Arenda Giovanni, Hendrik Johannes Nadapdap, *Mixed Strategy Dalam Persaingan Bisnis Industri Pengelolahan Kopi Bubuk Di Kota Salatiga,* Vol. 13, No. 1, 2021, hlm. 210

Zahirul Hoque dan Maybelle China, Competive Force and The Lover of Control Framework in A Manufacture, *Jurnak Ekonomi,* Vol. 9, No. 2, 2019, hal. 14.