

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 14. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/emabi/article/view/1089>
- Diamarko, S. C. (2023). *Analisis Pengaruh Persepsi Pelanggan Terhadap Strategi Bauran Pemasaran 7p Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pixel Coffee Shop Tembalang* [Universitas Katolik Soegijapranata]. <https://repository.unika.ac.id/35358/>
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen : Sikap dan Pemasaran*. Deepublish. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/329587407_PERILAKU_KONSUMEN/links/5c24627b458515a4c7faed1d/PERILAKU-KONSUMEN.pdf
- I Ketut Swarjana, S. K. M. M. P. H. D. P. H. (2022). *Konsep Pengetahuan, Sikap, Perilaku, Persepsi, Stres, Kecemasan, Nyeri, Dukungan Sosial, Kepatuhan, Motivasi, Kepuasan, Pandemi Covid-19, Akses Layanan Kesehatan – Lengkap Dengan Konsep Teori, Cara Mengukur Variabel, Dan Contoh Kuesioner*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=aPFEEAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management. In *Pearson Practice Hall* (16th ed., Vol. 2, Issue 1).
- Kurniawan, R. (2023). *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran (7p) Pada Bakso Aneka Semarang Dan Strategi Yang Dilakukan Pada Bakso Aneka Semarang* [Universitas Katolik Soegijapranata]. <https://repository.unika.ac.id/32847/>
- Maimunah, U. S. (2023). Bauran Pemasaran 7p Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Mr. Teto Pusat, Perintis Kemerdekaan, Kota Yogyakarta. *JEMBA*, 2(3), 179–194. <https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/3490921>
- Ningrum, S. S. (2024). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa 7p Terhadap Loyalitas Konsumen Urban Plus Coffee & Kitchen Semarang* [Universitas Katolik Soegijapranata]. <https://repository.unika.ac.id/36207/>
- Putra, H. R. (2024). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 5,53 Persen, Beri Sumbangan*

Terbesar ke PDB. Tempo. <https://www.tempo.co/ekonomi/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-5-53-persen-beri-sumbangan-terbesar-ke-pdb--12737>

Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *Perilaku Konsumen*. Anugrah Jaya. https://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/21331/1/buku_ajar_perilaku_konsumen.pdf

Simarmata, A., Jocom, S. G., & Kaunang, R. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7p) Pada Black Cup Coffee Roaster Di Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 18(3), 699–708. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.v18i3.44693>

Soviyanti, E., & Khairani, Z. (2024). *Manajemen Pemasaran*. LPPM Unilak. <https://repository.unilak.ac.id/4878/1/BUKU-MANAJEMEN-PEMASARAN.pdf>

Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UIR PRESS. <https://repository.uir.ac.id/24144/1/2.Buku-Manajemen-Pemasaran.pdf>

Suwarsa, T., & Rahmawati, C. (2023). Pengaruh Modal Kerja Terhadap Laba Bersih Pada Pt Ultrajaya Milk Industry Tbk Tahun 2015-2022. *Politeknik Pos Indonesia*, 12(1), 29–57. <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/1900/900>

Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteurka.com/media/publications/567181-perilaku-konsumen-di-era-digital-910adb90.pdf>

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik. https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_af4fc26370d71743c5796f1b81bfa97f73ce1c73_1652928345.pdf