

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, Y. (2018). *Biorefinery Kopi*. Bogor: Institut Teknologi Bandung.
- Agung, M. R. (2018). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Distro N19ab Karangploso Malang). *urnal Ilmiah Riset Manajemen*.
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 217.
- Arikunto, S. (2007). *Manajemen Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ariyanti, W. S. (2019). Usaha tani kopi robusta di Kabupaten Tanggamus: Kajian strategi pengembangan agrobisnis. *Jurnal Kawistara Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 179–191.
- Atmadi, T. (2018). *Kajian metode pendekatan*.
- Bismala, L. P. (2017). *Manajemen Produksi*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Budi, E. S. (2022). Pemanfaatan Grafis Dan Promosi Produk Aplikasi Canva Untuk Desain Pada Kopwan Atsiri Citayam Bogor. *Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi*, 52-56.
- Chandra, T. L. (2020). *Analogi Desain*. Denpasar.
- Cotton, B. (1990). *The new guide to graphic design*. Phaidon, Oxford.
- Dini Nurhidayanti, A. T. (2020). Efektivitas Promosi Di Media Sosial Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Di Gallery DEWDEW Collection Berdasarkan Model AIDA. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 1–28.
- Dreyfuss, H. (1967). *The Measure of Man, Human Factor in Design*. California: McGraw Hill.
- Edi, F. R. (2016). *Teori Wawancara Psikodignostik*. Yogyakarta: Leotika Prio.

- Fandy, T. (2014). *Branding & Brand Longevity di Indonesia*. Yogyakarta: ANDI.
- Foroudi, P. M. (2017). Corporate Logo: History, Definition, and Components. *International Studies of Management and Organization* , 176–196.
- Gustino, A. &. (2019). *Pengaruh store Atmosphere dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marones Coffee Bandung*. Bandung: Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas.
- Harjanto, S. P. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Hermawan, K. (1996). *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Iwan, W. (1999). *Kemasan yang Menjual*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K. (2008b). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P. (1987). *Marketing Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Liu, J. K. (2018, Januari). Traditional elements of Chinese culture in logo design. *International Circular of Graphic Education and Research*.
- Mardia, M. H. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Marianto, M. D. (2019). *Seni & Daya Hidup dalam Perspektif Quantum*. Yogyakarta.: Scritto Books dan BP ISI.
- Martauli, E. D. (2018). Analysis of coffee production in Indonesia. *Journal of Agribusiness Sciences*, 112-120.
- Migotuwio, N. (2020). *Desain Grafis. Kemarin, Kini, dan Nanti*. Pati: Alinea Media Dipantara.
- Miller, J. W. (2000). *Determining Validity in Qualitative Inquiry* (Vol. 39). Theory Into Practice. doi:10.1207/s15430421tip3903_2

- Milles, M. B. (1992). *Analisis Data Kualitatif : Buku sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta: UIP.
- Moleong, L. C. (2018). Pengaruh Real Interest Rate dan Leverage Terhadap Financial Distress. *MODUS-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 71-86.
- Moleong, L. j. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Negoro, Y. P. (2022). PELATIHAN DESAIN KEMASAN PRODUK FROZEN FOOD DENGAN SMARTMOCKUPS DAN APLIKASI CANVA PADA UMKM ASOSIASI SIDAYU. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 150-160.
- Oktavian, D. F. (2017). ANALISIS SEMIOTIKA “SURILI” SEBAGAI MASKOT PEKAN OLAHRAGA NASIONAL (PON). JAWA BARAT: Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN.
- Organization, I. C. (2021). *World coffee consumption in thousand 60kg bags*. London: ICO.
- Panuju, R. (2019). Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran. *Komunikasi Pemasaran*.
- Prasetyo, B. D. (2018). pendekatan tradisional hingga era media baru. *Komunikasi pemasaran terpadu*.
- Prayitno, S. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu-Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Rakhmat, J. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh dan Analisis*. BANDUNG: PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadhayanti, A. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing terhadap Volume Penjualan. *Al-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 94-103.

- Rosmitha, S. N. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Liberika dalam Perspektif Islam pada Gerai UMKM Mekar Jaya. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 67-83.
- Sachari, A. (2000). Sejarah Perkembangan Desain & Dunia Kesenirupaan di Indonesia. *Sosiologi Desain*. , 166.
- Sahlatul, N. (2018). Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop. *Skripsi*.
- Saryanto, S. P. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Teknik Kendaraan Ringan SMK/MAK Kelas XI*. Gramedia Widiasarana indonesia.
- Semiawan, P. D. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo.
- Shimp, T. A. (2003). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Sunaryo, & S. (2018). The Impact of Brand Awareness on Purchase Decision: Mediating Effect of Halal logo and Religious beliefs on Halal Food in Malang Indonesia. 54.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Ulrich, K. &. (2008). *Product Design and Development*. Irwin/McGraw-Hill.
- Van Grinsven, B. &. (2014). Journal of Marketing Communications Logo design in marketing communications: Brand logo complexity moderates exposure effects on brand recognition and brand attitude. *Journal of Marketing Communications*, 256–270.
- Wahab, R. A. (2020). *PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA NMAX (Survei Pada Konsumen Fortuna Motor Tasikmalaya)*. Tasikmalaya: JURNAL EKONOMI PERJUANGAN.
- Wirapraja, A. S. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.

Yusuf, A. (2014). Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan). Kencana.

Zahra, R. R. (2018). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER HAMIDAH RACHMAYANTI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE SHOP MAYOUTFIT DI KOTA BANDUNG. 8–10.

