

**PENGARUH MARKETING MIX 4P (PRODUK, PRICE, PROMOTION,
PLACE) TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK MENU DI UMKM
COFFEE SHOP “WARUNG KOPI SAYA” KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mata Kuliah Seminar Proposal

Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nusantara PGRI Kediri



Disusun oleh :

Dite Ari Budianto

2112010390

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2025**

Skripsi Oleh :

DITE ARI BUDIANTO

NPM : 2112010390

Judul :

**PENGARUH MARKETING MIX 4P (PRODUK, PRICE, PROMOTION,
PLACE) TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK MENU DI UMKM
COFFEE SHOP “WARUNG KOPI SAYA” KOTA KEDIRI**

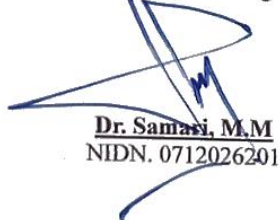
Telah Disetujui untuk Dilanjutkan Guna Penulisan Skripsi.

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Tanggal :

Dosen Pembimbing I



Dr. Samari, M.M
NIDN. 0712026201

Dosen Pembimbing II



M. Zuhdi Sasongko, M.MT.
NIDN. 0709097606

Skripsi oleh:
DITE ARI BUDIANTO

NPM : 2112010390

Judul:
**PENGARUH MARKETING MIX 4P (PRODUK, PRICE, PROMOTION,
PLACE) TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK MENU DI UMKM
COFFEE SHOP “WARUNG KOPI SAYA” KOTA KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal :

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Samari, S.E, M.M
2. Penguji I : Heri Purnomo, S.E, M.M
3. Penguji II : Muhammad Zuhdi Sasongko, S.E, M.Mt.



Mengetahui,
Dekan FEB,
Dr. Amin Tohari, M.Si
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Dite Ari Budianto
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat/tanggal lahir : Kediri, 19 November 2001
NPM : 2112010390
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 8 Juli 2025
Yang Menyatakan



Dite Ari Budianto
NPM. 2112010390

Motto :

“ Orang goblok itu nggak banyak mikir, yang penting terus melangkah. Orang pintar kebanyakan mikir, akibatnya tidak pernah melangkah ”

~ Bob Sadino ~

Persembahan :

Karya ini kupersembahkan untuk keluargaku tercinta

ABSTRAK

Dite Ari Budianto: Pengaruh Marketing Mix 4P (Product, Price, Promotion, dan Location) Terhadap Minat Pembelian Produk Menu di UMKM *Coffee Shop* “Warung Kopi Saya” Kota Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2025.

Kata kunci: *marketing mix*, produk, harga, promosi, lokasi, minat beli.

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa persaingan UMKM *coffee shop* saat ini sangat ketat yang berdampak pada aktivitas marketing. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi penjualan, penilaian pengaruh dari minat beli konsumen perlu dilakukan untuk mengetahui besar laba yang akan didapatkan oleh para pelaku UMKM. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen pada UMKM *Coffee Shop* Warung Kopi Saya Kediri, dengan kriteria tertentu. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *propably-purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu data primer yang diperoleh dari kuisioner yang disebar kepada responden melalui google form, dan data skunder yang diperoleh dari buku, jurnal, dan internet, yang kemudian di analisis menggunakan bantuan program *software SPSS for windows versi 23*. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *marketing mix 4p (Product, Price, Promotion, Location)* berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat beli. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai variabel produk $3,256 > 0,165$ dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,5$, variabel harga $0,840 > 0,165$ dengan nilai signifikan sebesar $0,402 > 0,5$, variabel promosi $3,698 > 0,165$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,5$, variabel lokasi $3,460 > 0,165$ dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,5$.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa. Atas berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Marketing Mix 4P (*Produk, Price, Promotion, Place*) Terhadap Minat Pembelian Produk Menu di UMKM *Coffee Shop Warung Kopi Saya*” Kota Kediri**, ini ditulis guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dengan kesempatan ini, kami mengucapkan beribu terima kasih pada nama-nama berikut ini yang telah mendukung dan membantu memperlancarkan pembuatan ini di antaranya adalah :

1. Dr. Zainal Afandi, M.M. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswanya.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan dorongan motivasi penyelesaian skripsi mahasiswa.
4. Dr. Samari, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah rela meluangkan waktu dan membimbing mahasiswa dalam proses penyelesaian skripsi.
5. Alm. Ayah dan Ibu, serta keluarga yang telah memberi do'a dan dukungan secara penuh dalam proses menuntut ilmu untuk meraih gelar sarjana di Universitas Nusantara PGRI Kediri.
6. Dini Herawati Amd. Kep yang telah memberikan motivasi dengan penuh sabar sehingga penulis menjadi pribadi yang lebih baik.
7. Drg. Achmad Khoiruzzadit Taqwa S.Kg. selaku saudara saya yang telah memberikan nasihat, semangat, serta motivasi untuk saya menjadi

8. Raden Achmad Fuad S.E selaku *Owner* UMKM Warung Kopi Saya, sekaligus mentor untuk saya mengerjakan skripsi ini dengan baik.
9. Seluruh Tim UMKM Warung Kopi Saya yang bersedia Menerima dan Membantu saya dalam memberikan pemahaman mengenai penelitian di UMKM Warung Kopi Saya Kediri
10. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan laporan skripsi ini.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa laporan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk perbaikan skripsi ini. Peneliti berharap semoga tugas skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca semua. Aamiin

Kediri, 8 Juli 2025



Dite Ari Budianto
NPM. 2112010390

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
D. Rumusan Masalah	3
E. Tujuan Penelitian.....	3
F. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	Error! Bookmark not defined.
A. Minat beli	Error! Bookmark not defined.
1. Definisi Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
2. Faktor Faktor yang mempengaruhi minat beli	Error! Bookmark not defined.
3. Proses Tahapan Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
4. Indikator Indikator Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
B. Produk (Product).....	Error! Bookmark not defined.
1. Definisi Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2. Tujuan Produk	Error! Bookmark not defined.
3. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Produk	Error! Bookmark not defined.
4. Macam Macam Produk	Error! Bookmark not defined.
5. Indikator Indikator Produk	Error! Bookmark not defined.
C. Harga (Price).....	Error! Bookmark not defined.
1. Definisi Harga	Error! Bookmark not defined.
2. Tujuan Harga	Error! Bookmark not defined.
3. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	Error! Bookmark not defined.
4. Macam Macam Harga	Error! Bookmark not defined.
5. Indikator Indikator Harga	Error! Bookmark not defined.
D. Lokasi (<i>Place</i>)	Error! Bookmark not defined.

1. Definsi Lokasi	Error! Bookmark not defined.
2. Tujuan Lokasi.....	Error! Bookmark not defined.
3. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi.....	Error! Bookmark not defined.
4. Macam Macam Lokasi	Error! Bookmark not defined.
5. Indikator Indikator Lokasi.....	Error! Bookmark not defined.
E. Promosi (Promotion).....	Error! Bookmark not defined.
1. Definisi Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2. Tujuan Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
3. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	Error! Bookmark not defined.
4. Macam Macam Promosi	Error! Bookmark not defined.
5. Indikator Indikator Promosi	Error! Bookmark not defined.
F. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
G. Kerangka Berfikir.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengaruh Produk Terhadap Minat Beli ...	Error! Bookmark not defined.
2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4. Pengaruh Tempat Terhadap Minat Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
5. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
H. Kerangka Berfikir Konseptual	Error! Bookmark not defined.
I. Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Identifikasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
2. Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2. Teknik Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

1. Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2. Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
1. Populasi	Error! Bookmark not defined.
2. Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
E. Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengembangan Instrumen	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Instrumen Validitas dan Reabilitas	Error! Bookmark not defined.
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
1. Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
2. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
G. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
2. Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
3. Koefisien Determinan (R^2)	Error! Bookmark not defined.
4. Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1. Deskriptif Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
2. Deskriptif Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Hasil Analisis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3. Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
4. Uji Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
5. Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	5
LAMPIRAN I	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN II.....	Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN III	Error! Bookmark not defined.
---------------------------	-------------------------------------

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Skala Penilaian Instrumen Penelitian ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Angket Penelitian ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Pekerjaan responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Produk	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Harga	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Lokasi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Minat Beli ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 16 Hasil Uji f.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 17 Hasil Uji t	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 28

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Kediri juga menjadi salah satu kota yang juga memiliki banyak kedai-kedai kopi maupun *coffee shop*. Perkembangan kedai-kedai kopi ataupun *coffee shop* saat ini juga dapat dilihat dengan semakin banyaknya kedai kopi baru di kota Kediri selama kurun waktu 5 tahun kebelakang. Dulunya, kedai kopi yang mungkin banyak digemari adalah Kopi Brontoseno yang merupakan pioner kedai atau tempat ngopi di Kediri. Dengan mayoritas pengunjung dari berbagai kalangan yang menyediakan beberapa sajian kopi yang khas. Namun, belakangan ini sangat banyak kita temui kedai-kedai kopi baru seperti OKUI, SK Kopi Lab, Alenia, Peh Kopi, Textur dan masih banyak lagi. Tidak ada data pasti yang menyebutkan berapa jumlah warkop di kota Kediri. Mulai warkop kecil, sedang, sampai yang sudah besar sering dijadikan oleh kebanyakan orang sebagai tempat berkumpul hingga sarana belajar. Meski seperti itu belum ada klasifikasi khusus bagi penikmat kopi, kecuali saat dilihat dari harga minuman ini (Sandy Eka Nur Cahyo et al., 2024).

Dengan begitu, dalam dunia bisnis kedai kopi dan *coffee shop* Skala UMKM. Tidak heran jika para pemilik kedai kopi berlomba-lomba menerapkan strategi pemasaran yang kreatif untuk menarik lebih banyak pelanggan. Namun, tantangan terbesarnya adalah bagaimana mengukur seberapa efektif strategi tersebut dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menjawab tantangan ini, memahami kebutuhan dan selera pelanggan menjadi kunci kesuksesan dan Marketing Mix menjadi salah satu strategi marketing yang bisa diterapkan untuk menganalisis dan mengoptimalkan layanan serta pemasaran di setiap kedai kopi.

Keunggulan dari Warung Kopi Saya ini yaitu kopi hitam dengan racikan sendiri yang menjadi andalan dan Warung Kopi Saya Buka 24 jam yang beralamat di Jl Dewi Sartika 31 Singonegaran. Kec, Pesantren Kota Kediri. Konsep dari Warung Kopi Saya ini masih sangat sederhana dengan mengutamakan pelanggan agar mereka bisa datang kembali khususnya warga

lokal maupun pelanggan dari luar kota yang sedang melakukan perjalanan jauh untuk tempat istirahat. Tujuan warung kopi ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang suka kopi hitam terlebih juga banyak sekali peminat dikalangan para gamers seperti *Mobile Legend*, *PUBG* dan *Free Fire*. Berdiri sejak Februari 2021 hingga sekarang dalam hal profitabilitas memiliki perkembangan dan peningkatan. Akan tetapi UMKM Warung Kopi Saya memiliki kendala dalam memasarkan produknya dikarenakan masyarakatnya pada umumnya lebih memilih kopi yang instan maupun kopi siap minum. Selain itu, kendala lainnya yang dialami dalam memasarkan kopi tersebut ke luar masih terbilang sangat sulit, karena setiap daerah sudah memiliki ciri kopi khasnya sendiri. Kurangnya promosi yang menyebabkan banyak masyarakat di sekitar belum mengetahui adanya Warung Kopi Saya. Selain itu, pengusaha kopi baik yang sudah dibidang berjalan cukup lancar maupun pengusaha yang baru, hal tersebut menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat.

Seperti yang di katakan Philip Kotler (2000:18) yang mengartikan strategi pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran di dalam pasar sasaran. Strategi pemasaran merupakan variabel-variabel 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*), promosi (*promotion*). Oleh karena itu terkait pengaruh pemasaran suatu perusahaan dapat melakukan analisis dari keempat hal tersebut secara tepat sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka perlu melakukan suatu penelitian untuk mengetahui apa saja faktor-faktor dari *Marketing Mix* 4P yang dapat mempengaruhi keputusan dan minat konsumen untuk membeli suatu produk. Maka penelitian ini akan membahas mengenai **“Pengaruh Marketing Mix 4P (*Produk, Price, Promotion, Place*) Terhadap Minat Pembelian Produk Menu di UMKM Coffee Shop “Warung Kopi Saya” Kota Kediri”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh produk terhadap minat pembelian produk menu pada UMKM Warung Kopi Saya Kediri?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap minat pembelian produk menu pada UMKM Warung Kopi Saya Kediri?
3. Apakah ada pengaruh promosi terhadap minat pembelian produk menu pada UMKM Warung Kopi Saya Kediri?
4. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap minat pembelian produk menu pada UMKM Warung Kopi Saya Kediri?
5. Apakah ada pengaruh dari produk, harga, lokasi dan promosi terhadap minat pembelian produk menu pada UMKM Warung Kopi Saya Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah produk berpengaruh terhadap minat pembelian produk menu pada UMKM Warung Kopi Saya Kediri?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap minat pembelian produk menu pada UMKM Warung Kopi Saya Kediri?
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah lokasi berpengaruh terhadap minat pembelian produk menu pada UMKM Warung Kopi Saya Kediri?
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah promosi berpengaruh terhadap minat pembelian produk menu pada UMKM Warung Kopi Saya Kediri?
5. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap minat pembelian produk menu pada UMKM Warung Kopi Saya Kediri?

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan untuk mengembangkan kemampuan mahasiswa terhadap komunikasi, koordinasi, dan pemecahan masalah tentang pengaruh *marketing mix*.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk mengetahui bagaimana penerapan pengaruh *marketing mix* terhadap minat beli produk.
- b. Agar dapat mengetahui bagaimana gambaran serta acuan yang lebih nyata khususnya terhadap pengaruh *marketing mix* 4P dalam minat beli
- c. Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang faktor yang mempengaruhi minat pelanggan dalam melakukan pembelian konsumen.
- d. Mendapatkan pengetahuan dan pengembangan dalam bidang *marketing* yang baik dan menambah wawasan serta pengetahuan tentang strategi *marketing* dalam minat pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, E., Zanaria, Y., & Kurniawan, A. (2022). Analisis Perkembangan Coffee Shop Sebagai Salah Satu Peranan UMKM di Kota Metro (Study Kasus pada Coffee Shop Janji Jiwa dan Coffee Et Bien). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 3(2), 139-145.
- Sari, E. Y., & Prasajo, E. (2023). PENGARUH BAURAN PEMASARAN 4P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH (STUDI KASUS KONSUMEN TJOKRO BOULEVARD BANTUL). *Journal Competency of Business*, 7(01), 157-180.
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh marketing mix terhadap minat beli konsumen pada usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2), 144-158.
- Helmi, M. S. (2016). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada cv master pasir pengaraian kabupaten rokan hulu* (Doctoral dissertation, Universitas Pasir Pengaraian).
- Purnomo, E. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama). *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi*, 4(1).
- Budiharja, R. G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 133954.
- Purbohastuti, A. W. (2021). The marketing mix effectiveness on indomaret's consumer purchase decision. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 7(1), 1-17.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183-188.
- Siregar, A. P., Tannady, H., Jusman, I. A., Cakranegara, P. A., & Arifin, M. S. (2022). Peran Harga Produk Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Produk Cold Pressed Juice Re. Juve. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(5), 2657-2665.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh bauran promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline di kota Padang.
- Mahmudah, I. S., & Tiarawati, M. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ponds Flawless White. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 98-105.

- Hutapea, R. C. D. (2020). *Pengaruh Marketing Mix terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Capella Dinamik Nusantara Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Prayoga, H. K. (2018). *Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Xpose Jersey Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).
- Handayani, S., & Antono, M. W. (2018). Hubungan Lokasi Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Pada Pt. Graha Estetika Property Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 50-66.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206-211.
- Purnomo, E. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama). *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi*, 4(1).
- Fathanul, V. (2022). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal McDonald's.(Studi Kasus Di Wilayah Cakung Jakarta Timur)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- RAP, M., & Iriani, S. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Diponegoro Journal Of Management*.
- Sulistiyowati, R. (2023). Pengaruh Risiko Bisnis, Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Dasar dan Bahan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2017).
- Moto, M. M. (2019). Pengaruh penggunaan media pembelajaran dalam dunia pendidikan. *Indonesian Journal of Primary Education*, 3(1), 20-28.
- Indriani, D., Rusmiwari, S., & Suprojo, A. (2017). Pengaruh pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat: studi kasus izin produksi pangan industri rumah tangga di kantor badan penanaman modal kota batu. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tungadewi*, 6(2), 137188.
- Ndruru, P. H., Zebua, S., & Bawamenewi, A. (2022). Analisis Penggunaan Modal Kerja Untuk Meningkatkan Profitabilitas KSP 3 Cabang Hililaza. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 261-267.
- Waruwu, A. I. (2024). Pengaruh Disiplin Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Aparatur Desa Di Kecamatan Huruna Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 17-30.