**DAFTAR PUSTAKA**

**BUKU**

Cooper, Donald R., dan Pamela S. Schindler (2014), *Business Research Methods,* Edisi 12,

United States : The Mc Graw-Hill Companies, Inc.

Dharmmesta (2016), *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi 1, Edisi Baru,

Yogyakarta

Ghozali, Imam (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 24* Edisi 9

Semarang : Universitas Diponegoro Semarang.

Hair, Joseph F., et al (2014), *Multivariate Data Analysis*, Edisi 7, USA : Pearson Education

Limited.

Hasan, Ali (2013), *Marketing dan Kasus – Kasus Pilihan*, Edisi Baru, Jakarta

Kotler, Philip., dan Armstrong Garry (2018), *Principle of Marketing*, Edisi 17, Essex: Pearson

Education Limited.

Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15, New Jersey:

Pearson Pretice Hall.

Sekaran, Uma., dan Roger Bougie (2017), Metode Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 6, Buku 1.

Tjiptono, Fandy (2015), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Edisi Baru, Jakarta

**JURNAL**

Ardyanto, Denni., Susilo Heru, Riyadi (2015), Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan

Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian *Online*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 22 No. 1

Dewantara, Rizki., Rahman Abdul (2017), Pengaruh Kemudahan Pengguna dan Kemanfaatan

Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 52 No. 1

Gerung, Christry., Sepang Jantje., dan Loindong Sjendry (2017), Pengaruh Kualitas Produk,

Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-trail pada PT. Wahana Wirawan Manado, Jurnal EMBA Vol. 5 No. 2

Harsono, Soni., Mega, Maretia (2013), Pengaruh Harga, Nilai Manfaat, dan Kualitas Terhadap

Kepuasan Pelanggan *Handphone Blackberry* di Surabaya, *Journal of Business and Banking* Vol. 3 No. 2

Irmadhani, AdhiNugroho, Mahendra (2014), Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi

Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficiacy* Terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Setyarko, Yugi (2016), Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan

Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*, Jurnal Ekonomika dan Manajemen Vol. 5 No. 2

Sidharta, Iwan., Sidh, Rahmahwati (2014), Pengukuran Persepsi Manfaat dan Persepsi

Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya atas Penggunaan Ulang Online Shopping pada *E-Commerce,* Jurnal Computech & Bisnis Vol. 8 No. 2

Sudjatmika, Fransiska (2017), Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan

Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com, Jurnal Agora Vol. 5 no. 1

**SUMBER INTERNET**

‘Industri Makanan dan Minuman’, diakses 12 Maret 2019, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3243577/2018-industri-makanan-dan-minuman-bakal-tumbuh-10-persen?utm_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.0&utm_referrer>=

‘Jumlah Konsumsi Kopi dan Bisnis Coffee Shop di Indonesia’, diakses 12 maret 2019, http://kopikini.com/konsumsi-kopi-naik-indonesia-masih-impor-kopi/