

DAFTAR PUSTAKA

- Ach Agil Dzikrullah, & Rahayu Mardikaningsih. (2024). Pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian busana muslim. [*Jurnal/Proceedings belum disebutkan*].
- Appio, F. P., Frattini, F., Petruzzelli, A. M., & Neirotti, P. (2019). Digital innovation management: From concepts to practice. *Journal of Business Research*, 101, 1-5.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik kopi Indonesia 2024*. <https://bps.go.id>
- Bloomberg Technoz. (2025, April). Survei preferensi konsumsi kopi masyarakat Indonesia. <https://bloombergtechnoz.com>
- Chouk, I., & Mani, Z. (2019). Consumer response to digital innovation in lifestyle products.
- Darmawan, A., & Arifin, D. (2021). Desain produk dan persepsi konsumen di pasar kompetitif.
- GoodStats. (2025). *Preferensi konsumsi kopi harian masyarakat Indonesia 2025*. <https://goodstats.id>
- International Coffee Organization. (2024). *Coffee market report 2024*. <https://www.ico.org>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (Edisi 14).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Marketing management* (Edisi 13).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (Edisi 15.)
- Kumparan.com. (2025, Januari). Ekspansi agresif kedai kopi Nescafe di 89 kota Indonesia. <https://kumparan.com>
- Marlen Michelle Wurangian, H. N. Tawas, & R. L. Samadi. (2025.) Pengaruh digital marketing, desain produk dan persepsi harga terhadap minat beli album K-Pop (Studi pada penggemar EXO-L Manado).
- Musnaini. (2020). *Social Media Marketing* sebagai alat pemasaran digital.
- Naufal, M., & Magnadi. (2017). Analisis harga busana muslim di pasar tradisional.
- Resha Hana Amalia, Siti Saroh, & Karina Utami Anastuti. (2025). Pengaruh *Social Media Marketing* dan brand awareness terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wardhana. (2024). *Kotler & Armstrong. (2016) Marketing management* (Edisi 15.)

- Norman, D. A. (1988). *The Design of Everyday Things*. Basic Books.
- Kumparan. (2023, October 30). Pengertian Desain Produk dan Peran Pentingnya dalam Masyarakat. Kumparan. Diakses dari <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-desain-produk-dan-peran-pentingnya-dalam-masyarakat-21Tq0jE0PGK>
- Swastha, B., & Irawan, S. (2000). *Manajemen Pemasaran*. CV. Mandar Maju. (Menurut Swastha & Irawan, harga adalah “jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.”)
- Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., & Chen, H. (2015). *Social Media Marketing and advertising*. *The Marketing Review*, 15(3), 289–309.
- Sutanto, A. (2019). *Psikologi Konsumen dan Perilaku Pembelian*. Jakarta: Penerbit ABC

