

DAFTAR PUSTAKA

- Al Basya, F. (2018). Analisis preferensi konsumen terhadap produk perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 195–210.
- Aliya, P., Nurbaeti, S., Firdaus, A., Suparman, F., & Pd, M. (2025). *Analisis Mutu Biji Kopi Robusta (Coffea canephora) Berdasarkan Standar Nasional Indonesia dari Beberapa Daerah di Jawa Barat dengan Masing-Masing Varietas Tertentu*. 11(April), 156–165.
- Alvina, S., & Soliha, E. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Janji Jiwa di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen*, 12(2), 150–160.
- Anggawijaya, M., Lie, J. R., Fradyco, M., & Husnul, A. (2026). *Pembentukan Identitas Sosial Generasi Z Melalui Kebiasaan Nongkrong Di Coffee Shop Di Tangerang The Formation of Generation Z ' s Social Identity Through the Habit of Hanging Out in Coffee Shops in Tangerang*. 12(1), 17–26.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Statistik Kopi Indonesia 2017*. Badan Pusat Statistik.
- BPS-Statistics. (2024). Indonesia Coffee Statistics 2023. *BPS–Statistics Indonesia*, 8, 69.
- Burhansyah, R., Sayur, P., Di, O., Batu, K., Affecting, F., Adoption, T. H. E., Organic, O. F., Innovation, A., & Batu, I. N. (2020). Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian. *Informatika Pertanian*, 23(2), 65–74. <https://doi.org/10.19184/jsep.v19i1.60016>
- Clarke, R. J., & Macrae, R. (1987). Coffee Chemistry. In R. J. Clarke (Ed.), *Coffee* (Vol. 1). Elsevier Applied Science.
- Daman Sudarman. (2023). Cultural Shifts And Social Impacts Of Coffee Shops On Millennials. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 7(2), 318–326. <https://doi.org/10.36526/santhet.v7i2.1837>
- David David, Hartono Hartono, Caroline Caroline, Fernando Fernando, & Helen Winata. (2024). Perbandingan Kepuasan Konsumen Terhadap 3 Minuman Kekinian di Medan (KOI,CHATIME,KOPKEN). *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 318–328.

<https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i1.887>

- Dewanti, A. P. A. (2024). Pemasaran Produk Kembang Tahu Menggunakan Marketing Mix. *Jurnal Kewirausahaan & Bisnis*, 6(1), 35–40. <https://doi.org/10.37676/jkb.v6i1.255>
- Fitriana Fatma, & Yoshepa Sri Yanthy. (2020). Pengaruh Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Handphone OPPO Di Shopee Wilayah Jakarta Timur. *Inofatif Mahasiswa Manajemen*, 3(3), 1–98. file:///D:/Data Proposal Skripsi/Data Skripsi/SKRIPSI YUDHI new.pdf
- Gani, A. R., Salawati, U., & Septiana, N. (2024). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Kopi Susu Di Coffee Shop Sunday Festival Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, 8(1), 194. <https://doi.org/10.20527/frontbiz.v8i1.12278>
- Garib, W. Bin, & Lopian, S. L. H. V. J. (2019). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT.Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang. *Jurnal EMBA*, 7(1), 901–910.
- Lestari, D. I., Amilia, W., Rusdianto, A. S., Choiron, M., & Mahardika, N. S. (2024). Marketing Strategy Planning of Kahyangan Coffee Using Marketing Mix in Coffee Shops. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 287. <https://doi.org/10.19184/jsep.v16i3.43030>
- Lisan, M. F., Zulkipli, Wulandari, N., Utami, N. N. P., Andini, M. R., Bisri, D., Diba, A. Y. P. F., Aini, W., Ramadhan, F., Astuti, S., & Muthahanas, I. (2023). Inovasi produk pengolahan kopi susu gula aren serta strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat desa Sambik Bangkol Lombok Utara. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(1), 179–184. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v6i1.3247>
- M. Anang Firmansyah. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 1–337.
- Melinasari, S., Fitriana, B., Ambang, Prihananto, E., Rachmawati, T., Ardiansyah, D., Teruna, N., Made, W., Sari, A., Koni, F., Danasari, R., Indriani, Y., & Dwi, H. (2023). *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix). Cet. ke 1. Widina Bhakti Persada. Bandung.*
- Nugraha, A. R., Saputra, D., & Wijaya, R. (2021). Perilaku konsumen digital di era new normal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 345–358.
- Olifia, S., Rajagukguk, S., & Ananda, A. (2022). Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Di Kalangan Remaja. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 251–266. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2614>

- Pamartha, I. G. N. A., Yuliarmi, N. N., & Marhaeni, A. A. I. N. (2026). Preferensi konsumen terhadap produk kopi lokal di Provinsi Bali. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 19(1), 12–28.
- Pambudi Handoyo, S. Sos., M. A., Ika Nurjannah, S.Pd., M. T., Rindu Puspita Wibawa, S.Kom., M. K., Dr. Ratna Dewi Mulyaningtiyas., S.P., M. S., & Dr. Raya Sulistyowati, S.Pd., S.E., M. P. C. (2024). *standarisasi kopi* (Vol. 2).
- Panggabean, E. (2011). *Buku Pintar Kopi* (Cetakan ke). Agro Media Pustaka.
- Pratama, R. A. (2017). Fenomena “Cafe Addict” pada Remaja di Kota Mojokerto. *Paradigma*, 5(3), 1–20. <https://ejournal.unesa.ac.id/>
- Rukaiyah, S. T. (2020). Effect of Product Quality and Product Value on Customer Loyalty: Empirical Study on Seaweed SME. In *Point Of View Research ...* (Vol. 1, Issue 4, pp. 144–153). <http://journal.accountingpointofview.id/index.php/POVREMA/article/view/102%0Ahttp://journal.accountingpointofview.id/index.php/POVREMA/article/download/102/75>
- Salfina, R., & Gusri, R. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian kopi bubuk. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 8(2), 55–67.
- Sari, S., Maharani, S. A., Prakoso, P. E., Putrisardjono, D. J., & Zaini, A. R. (2020). Analisis Peramalan Permintaan Kopi Susu Di Café Kopi Margonda. *Journal Industrial Servicess*, 6(1), 27. <https://doi.org/10.36055/jiss.v6i1.9470>
- Satria, R. (2017). Pengaruh harga, kualitas, dan promosi terhadap daya beli konsumen kopi instan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 44–52.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Suminto, M. A. (2022). Identitas Visual pada Coffeeshop dan Warung Kopi di Surabaya. *Jurnal Kajian Seni*, 9(1), 116. <https://doi.org/10.22146/jksks.73169>
- Sunia, N. A., Sa'diyah, H., dan Maryati, S. (n.d.). *Analisis preferensi konsumen terhadap minuman kopi susu gula aren pada coffee shop di kota mataram*. X(3), 1–18.
- Sunia, N. A., Hidayat, A. T., & Wulandari, N. P. (2025). Analisis preferensi konsumen terhadap minuman kopi susu gula aren pada coffee shop di Kota

Mataram. *Jurnal Agrimansion*, 26(1), 88–102.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). ANDI.

Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan! dalam Bisnis* (Third Edit). Elex Media Komputindo.

https://books.google.com/books/about/Marketing_Plan_dalam_Bisnis_Third_Editio.html?id=EdFBDwAAQBAJ

Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Python Cookbook*, 706. <http://oreilly.com/catalog/errata.csp?isbn=9781449340377>

