

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. 2009. *Aplikasi Pemasaran dan Salesmanship*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Astuti, R. T., Sudrajat, I. S., Astuti, A. 2019. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Kopi Kapal Api di Kota Yogyakarta. *JURNAL ILMIAH AGRITAS*, 3 (1) : 1 – 8.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2017. *Statistik Kopi Indonesia*.
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Deliana, Y., Hapsari, H., Andriani, R., Trimo, L. 2018. Factors that Affect Consumer’s Decision in Purchase Coffee. *Research Journal of Recent Science*, 7 (1) : 1 – 6.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., Miniard, P. W. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Bina Rupa Aksara.
- Fadila, D dan Ridho, S. L. Z. 2013. *Perilaku Konsumen*. Palembang: Penerbit Citrabooks Indonesia.
- Gefen, D., Straub, D. W., Boudreau, M. C. 2000. Structural Equation Modelling and Regression : Guidelines for Research Practice. *Communications of the Association for Information System*, 4 (7) : 1 – 79.
- Ghozali, I., Latan, H. 2015. *Partial Least Squares. Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haryono dan Wardoyo. 2012. *Struktural Equation Modelling Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan Amos*. Jawa Barat: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hungu. 2007. *Demografi Kesehatan Indonesia*. Grasindo. Jakarta.
- International Coffee Organization (ICO)*. 2018. Data Konsumsi Kopi. Diakses pada 29 Agustus 2019. http://www.ico.org/new_historical.asp.
- Istijanto, F. 2010. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.

- Khasan, U. 2018. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian *White Coffee*. *Cakrawala*, 12(2) : 157-161.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran, Edisi ke 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2014. *Prinsip – prinsip Pemasaran, Edisi ke 12, Jilid 1*. Terjemahan. Jakarta : Erlangga.
- Kusmirayati, K. 2015. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Kopi Susu Instan Merek Torabika (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Unars). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*, 13(1) : 76 – 94.
- Lamb, C. W. 2007. *Pemasaran Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lase, A., Setiadi, A., Budiraharjo, K. 2019. Analysis Of The Factors Affecting The Consumer Purchasing Decisions On Coffee At Resto Banaran 9, Gemawang Village, Semarang. *Agroland : The Agriculture Science Journal*, 6 (1) : 1 - 12 .
- Malhotra, N. K. 2005. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan, Jilid 1*. Jakarta : PT Index.
- Moleong, L. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Morissan, M. A., 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Munandar. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Membeli Kopi Espresso. *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, 6(1) : 1 – 9.
- Ong, M. R., Kaharian, K. R., Llorente, M. X. 2019. Factors Affecting Consumers' Buying Decision in the Selection of an Instant Coffee Brand. *Innovative Journal Of Business And Management*, 8(11) : 195-214.
- Panggabean, E. 2012. *Buku Pintar Kopi*. Jakarta : PT Wahyumedia.
- Peter, P. J dan Olson, J. C. 2010. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Purwanto, D. 2011. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Robbins, P. S. 2006. *Perilaku Organisasi. Edisi Sepuluh*. Terjemahan. Erlangga, Jakarta.
- Sangadji, E. M dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Andi, Yogyakarta.

- Schiffman, G. L., Kanuk, L. L., Wisenblit, J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Prentice Hall
- Setiadi, N. J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Shelviana, M., Rahadhini, M.D., Wibowo, E. 2019. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19 (1) : 42 – 53.
- Sholihin, M., Ratmono, D. 2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Simamora, B. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Soekanto, S. 2009. *Peranan Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Solimun. 2017. *Penguatan Coonfirmatory Research Pemodelan Persamaan Struktural dengan Pendekatan WarpPLS*. Malang : Laboratorium Statistika UB.
- Solomon, M.R. & Rabolt, N. 2009. *Perilaku Konsumen dalam Mode, Edisi kedua*. USA: Prentice Hall.
- Stanley, M. & Breare, P. 2009. *Fundamentals of Environmental Chemistry*, 3rd ed. CRC Press. USA.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Cet 1 Ed 2*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Supriyadi, S. G., Pratiwi, N. Y. 2018. Analysis of Factors That Influence The Interest of Buying Consumers At Sticky Rice Milk (Tansu) Stall in English Village Pare Kediri. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 2 (3) : 66 – 71.
- Suroto, K. S., Fanani, Z., Nugroho, B. A. 2013. Factors Influencing Consumer's Purchase Decision of Formula Milk in Malang City. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 9 (3) : 95 -99.
- Susanti, G. A., Qomariah, N., Anwar. 2017. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Cangkir Klasik Jember. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 2 (2) : 154 – 167.

- Timmerman, V. A., Mandey, S., Rate, P. V. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Texas Chicken Manado. *Jurnal EMBA*, 5 (2) : 1113 – 1122.
- Tompunu, M. M. M. 2014. Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Sikap Konsumen Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di KFC Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 2 (3) : 610 – 621.
- Winarno, S. T., Darsono, Harisudin, M., Sudiyarto. 2018. The Determinant Factor of Consumer Attitudes of the Robusta Coffee Processed in East Java, Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21 (4) : 1 – 5.
- Yunita, E., Sudarma, I. M., Dewi, I. A. L. 2017. Faktor Penentu Keputusan Konsumen dalam Mengonsumsi Teh Celup Sariwangi (Studi Kasus pada Konsumen Tiara Dewata Group di Kota Denpasar). *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 6(4) : 543-552.
- Zulganef. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta. Graha Ilmu.