

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwinata, N., Sumarwan, U., dan Simanjuntak, M. 2021. Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi kopi di era pandemi covid – 19. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 14(2), 189-202.
- Astuti, R. 2016. Pengaruh status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi dan lifestyle terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Edutama*. 3(2): 49-58.
- Aryani, D. 2019. tinjauan sensory branding dan psikologi desain kedai kopi kekinian terhadap perilaku konsumen (studi kasus : Mojo Coffe). *Jurnal Ilmiah Desain Interior*. Volume 5 Nomor 1 (2019) 330-336
- Ariyanto, D. 2018. Pengaruh attitude, subjective norm dan perceived behavioral control terhadap repurchase intention e-money. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. 6(4): 583-589.
- Ataini, V., Purnomowati, R., & Rochaeni, S. (2021). Pengaruh Faktor Sosial, Budaya, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Bunga Potong (Studi Kasus Pondok Lily Rawa Belong, Jakarta Barat). *Sharia Agribusiness Journal*. Vol. 1 No. 1, 37-70.
- Eiseman, D., & Jonsson, M. (2019). Leveraging The Coffee Experience as a Tool for Engagement with Climate Change. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 22(4), 570–581.
- Hanafi, A., Martunis., dan Sulaiman, M. 2018. Perilaku Konsumen berdasarkan kelompok Gender dan Usia pada beberapa formula kopi mix arabika. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*. Volume 3, No 4, November 2018
- Khasan, U. 2018. Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian white coffee. *Cakrawala* 12(2), 157 – 61
- Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Ed 1. Jakarta(ID): Salemba Empat.
- Marbun, I., Ginting, R., dan Emalisa. 2014. Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen kopi luwak bermerek di kota Medan. Universitas Sumatera.
- Mu'arrafah, A., Munir, M., dan Rokhim, A. 2020. Pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli produk makanan dan minuman dalam kemasan berlabel halal di supermarket kabupaten jember. *Jurnal Istiqro*. 6(2): 154-169.

- Pratomo, H., Gusriati., dan Gusvita, H. 2021. analisis perilaku konsumen dalam membeli minuman kopi Solok Radjo di era new normal (studi kasus pada *Coffee shop Rimbun Espresso and Brew* kota Padang). *Jurnal Research Ilmu Pertanian*. 1(1), 63-72.
- Pusdatin. 2016. 2021 Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton [internet]. Diakses pada 24 September 2020.
- Rasmikayati, E., Deaniera, A., Supyandi, D., Sukayat., Saefudin, B. 2020. Analisis Perilaku Konsumen : Pola Pembelian Kopi serta Preferensi, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen Kedai Kopi. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Juli 2020. 6(2) : 969 – 984
- Rokhman, S. 2020. Perilaku mahasiswa penikmat kopi (studi kualitatif pada mahasiswa konsumen kopi di *coffee shop* kopi break surabaya). STIE PGRI Dewantara.
- Sahrazad, S. 2011. Gaya hidup dan motivasi berprestasi sebagai predictor terhadap prestasi akademik guru yang menjadi mahasiswa pasca sarjana Universitas Indraprasta PGRI Jakarta. Salatiga(ID): Universitas Kristem Satya Wacana.
- Sangian, Y., Pangemanan, S., Pandowo, M. 2020. Analyzing the factors that trigger consumers hedonic motivation in choosing local coffee shops and franchised coffee shops in manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 8(1): 222-231.
- Schiffman, L., Kanuk L., 2010. *Consumer Behavior*. Ed 7. New Jersey(US): Prentice Hall.
- Setiadi, N. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta(ID): Kencana.
- Setiawan, A., Sugianta., Astuti, R., Surojia, N., Wibowo, B. 2020. Perilaku “new normal” konsumen millennial pada usaha kreatif kuliner Kopi. Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Polines Vol. 3 (2020) Halaman 516-524
- Sholihah, U., Rachma, N., dan Slamet, A. 2017. Pengaruh shopping life style, fashion involvement, hedonic shopping motivation dan sales promotion terhadap impulse buying di malang town square dan mall olympic garden (study pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas islam malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. 6(1): 178-194.
- Siagian, G. 2020. Perilaku Konsumen Atas Atribut Kopi Instan Goodday Pada Mahasiswa STIENI Jakarta. *Journal of Sustainable Business Hub*, 1(2), November 2020

- Sipahutar, A. 2020. analisis hubungan faktor sosial ekonomi dengan perilaku konsumen dalam mengonsumsi kopi di Ompugende *coffeshop*. Universitas Sumatera Utara.
- Sobur, A. 2011. *Psikologi Umum*. Ed Revisi. Bandung(ID): Pustaka Setia.
- Solomon, M. 2009. *Consumer Behavior Buying, Having, and Being 8th Edition*. New Jersey(US): Pearson Education.
- Solomon, M. 2017. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being 12th Edition*. England(UK): Pearson Education.
- Sudarsono, B., dan Taufiqurrahman, M. 2020. dampak coronavirus diseases (Covid – 19) terhadap perilaku konsumen penggemar kopi Giras di Jawa timur. *Eco – Entrepreneurship*, vol 6 No 1 juni 2020
- Suryani, D., Suyitno., Ismail, A., Sunarti. 2020. Perilaku Konsumen dalam Memilih Makanan Jajanan di Angkringan Kopi Joss, Gedongtengen, Kota Yogyakarta. *Jurnal Dunia Kesmas*, Vol. 10 No.1, Januari 2021, hal. 66-74
- Sumarwan, U. 2004. *Pelaku Konsumen*. Bogor(ID): Ghalia Indonesia.