

DAFTAR PUSTAKA

- Arlin. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Kopi Kenangan the Avenue Merr Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 693–705. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3971>
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (pertama). Deepublish Publisher. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/71a3e060-21d7-4cb0-a2e2-aca7ce6ae84c/789493d9-4f7c-48d1-ad32-e2c120461f68>
- BPS. (2024). *Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Bahan Minuman Per Kabupaten_kota, 2021-2023*. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Fakhrudin, A., Roeliyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. In *Deepublish Publisher* (Pertama: N). Deepublish Publisher.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kualitatif* (H. Abadi (ed.); Cetakan I). CV. Pustaka Ilmu.
- Hasyim, A. W., Bahasoan, S., & Hidayat, A. I. (2024). Pengaruh Persepsi Harga Dan Varian Menu Terhadap Keputusan Pembelian Pada Triology Coffee Gowa. *Jurnal Malomo : Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1–15. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/4525>
- Hidayati, E. M., Merlinda Sayidatina Aisyah, P., Lailla, N., & Saifuddin, Z. (2024). Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian pada URBN Kopi oleh Masyarakat di Surabaya. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 31–42. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.446>
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif (Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda)* (Hartirini (ed.); Cetak I Ja). Penerbit Lakeisha.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing* (Eight Euro). Pearson Education Limited.
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firminda, R., Suparno, Aman, & Herman, H. (2022). *Manajemen Pemasaran* (H. Herman (ed.); Cetakan I.). Strategy Cita Semesta.

- Meitiana, & Supriyadi. (2023). *Buku Ajar Perilaku Konsumen* (Pertama). Arta Media Nusantara. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/51d1b0b9-80fa-48aa-9199-83633902b564/789493d9-4f7c-48d1-ad32-e2c120461f68>
- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Pertama: J). 978-623-02-1880-4. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/e80042ea-99cf-442c-99fe-e1c0cfc09cf4/789493d9-4f7c-48d1-ad32-e2c120461f68>
- Merni, I. (2022). Kopi Menjadi Minuman Pilihan dan Gaya Hidup Mahasiswa Sebagai Konsumen di Area Kampus. *Buletin Loupe*, 18(01), 25–30. <https://doi.org/10.51967/buletinloupe.v18i01.991>
- Poltak, H., Sumarsih, S., Hastutik, S., Sartika, D., Hasan, M., Wardhana, A., Roslan, A. H., Putri, N. L. I., Limgiani, L., Djampagau, H. R., Mulyana, S., & Gunaisah, E. (2021). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital). In Hartini (Ed.), *Cv. Media Sains Indonesia* (September, Nomor September 2021). Media Sains Indonesia. <http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1626/>
- Purnamasari, M., & Saptadinata, A. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi Di Lim Kopi Tangerang. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 8(3), 156–165. <https://doi.org/10.56743/jstp.v8i3.311>
- Puspitasari, A. I., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Minat Beli Kopi Kenangan di Suncity Mall Sidoarjo. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 113–119. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.366>
- Rahman, S. R., & Andarini, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa Rungkut Surabaya). *Journal of Management & Business*, 6(1), 1304–1314. <https://doi.org/https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/6670>
- Ramadhani, V. M. (2021). Preferensi Pilihan Jenis Hunian Berdasarkan Perilaku Belanja Generasi Z. *Pawon: Jurnal Arsitektur*, 5(2), 223–238. <https://doi.org/10.36040/pawon.v5i2.3672>
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, D. S., Apriansyah, D. R., Herman, D. H., Sulfitri, D. V., Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Hariyanti, N. K. D., & Tawil, M. R. (2024). Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran. In M. G. Indrawan (Ed.), *Gita Lentera* (Pertama). Gita Lentera.
- Rochmaniah, A., & Zulia, D. (2023). Persepsi Konsumen pada Layanan JNE Express Cabang Utama Mojokerto. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 2(2), 1–14.

<https://doi.org/https://doi.org/10.47134/innovative.v2i2.23>

- Safirasuri, S., & Rastyana, U. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada MDA Collection. *Glory: Global Leadership Organizational Research in Management*, 2(4), 205–216. <https://doi.org/https://doi.org/10.59841/glory.v2i4.1775>
- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai alat Pembayaran pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 123–130. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6646>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (5 ed.). ALFABETA Bandung.
- Trihandani, N. K. Y. (2024). *Kopi: Pilar Penting Ekspor Indonesia*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/kopi-pilar-penting-ekspor-indonesia-hlZF9>
- Wachdijono, W., & Yahya, A. C. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Keberadaan Coffee Shop Dan Barista Pada Era Pemasaran Kopi Ke Tiga. *Paradigma Agribisnis*, 4(1), 11. <https://doi.org/10.33603/jpa.v4i2.5886>
- Wardhana, A. (2024a). Minat beli konsumen. In M. Pradana (Ed.), *Perilaku Konsumen di Era Digital* (Pertama, hal. 86–102). Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2024b). Preferensi Konsumen. In M. Pradana (Ed.), *Perilaku Konsumen di Era Digital* (Pertama, hal. 75–85). Eureka Media Aksara.
- Wayan, K. S., Budiman, Casriyanti, Imelda, M., Robbi, S. R., Franky, N. S. O., Yuslinda, N., Pipiet, N. A., Rahmawati, Adrianus, S. G., Wisnu, R. A., Umi, S., & Hafidz, H. (2023). *Buku ajar manajemen pemasaran* (Pertama). PT Literasi Nusantara Abadi Group. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/7c204f99-5b40-4f5f-81dc-1f4287412b7e/789493d9-4f7c-48d1-ad32-e2c120461f68>
- Widodo. (2023). Preferensi Konsumen terhadap Pepaya Calina dan Thailand. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 68–81. <https://doi.org/10.23917/benefit.v8i1.2041>
- Winami, E. W. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (R. A. Kusumaningtyas (ed.); Cetakan 1). Bumi Aksara.
- Yusuf, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Gabungan* (Cetakan ke). Prenadamedia Grup (Divisi Kencana).