

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., and Jogyanto. (2011). *Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (1st ed.). Andi Offset.
- Abdjul, D. F., Anugrah, K., dan Noho, Y. (2024). Keputusan Kawula Muda (Usia Remaja) dalam Memilih Kuliner di Kafe Kota Gorontalo. *Jurnal Dermawisata*, 4(1), 33–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.56190/jdw.v4i1.38>
- Abimanyu, R., dan Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Cashback terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 398–408.
- Adityawirawan, S. S. K., and Kusuma, H. E. (2021). Café as Student’s Informal Learning Space: A Case Study in Bandung, Indonesia. *Journal of Architecture and Built Environment*, 48(2), 109–119. <https://doi.org/10.9744/dimensi.48.2.109-120>
- Agustina, P., and Waryono. (2025). Customer Experience Analysis for Students Visiting Cafes in Padang City. *Journal of Multidimensional Management (JoMM)*, 2(3), 381–385.
- Aisyah, R. S., dan Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan di Restoran Joe’s Grill Swiss Bell-Hotel Mangga Besar. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(2), 151–161.
- Andini, R. M., Siregar, M., and Siregar, N. A. (2022). The Effect of Location, Atmosphere, and Service Quality on Customer Satisfaction at Warkop Gelas Batu (GB) 5 Ahmad Yani Rantauprapat. *Journal Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*, 3(4), 525–533.
- Andrianto, Y., dan Zawawi. (2024). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Fore Coffee Shop Surabaya. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1142–1151. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1146>
- Anjelina, O., Ananda, S. D., Dinanti, T., dan Noviyanti, I. (2025). Strategi Adaptasi Coffee Shop terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Anak Muda di Pangkal Pinang. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(2), 76–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v4i2.2452>
- Ardiyastuti, W. A. (2021). *Analisis Faktor Minat Beli Konsumen Perempuan di Kedai Kopi Balakosa Food and Beverage*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Ariyanto, K. D., Supeni, R. E., and Hafidzi, A. H. (2023). Analysis of the Effect of

- Price, Facilities, Services, and Location on Consumer Satisfaction (Empirical Study of Glen Coffee and Glenmore Resto Consumers). *Jurnal Manajemen (INOVATOR)*, 12(1), 105–118. <https://doi.org/10.32832/inovator.v12i1.17619>
- Aryani, E., Zanaria, Y., dan Kurniawan, A. (2022). Analisis Perkembangan Coffee Shop sebagai Salah Satu Peranan Umkm di Kota Metro (Study Kasus pada Coffee Shop Janji Jiwa dan Coffee Et Bien). *Jurnal Akuntansi Aktiva*, 3(2), 139–145.
- Assyifa, R., dan Cyasmoro, V. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Janji Jiwa Galaxy. *ECo-Buss: Economics and Business*, 8(1), 263–275. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i1.2395>
- Aulia, D., and Abdullah, Z. (2025). Coffee Shops as Learning Arenas and Spaces of Student Lifestyle Formation: A Case Study of Hanei Here Coffee in Samarinda City. *Discourse: Journal of Social Studies and Education*, 2(3), 243–252. <https://doi.org/https://doi.org/10.69875/djosse.v2i3.248>
- Azzahro, W. (2022). *Women and Coffee: Kajian tentang Perilaku Konsumen Perempuan di Kedai Kopi Kota Bandar Lampung*. Universitas Lampung.
- Bagozzi, R. P., and Yi, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–79.
- Barclay, D., Higgins, C., and Thompson, R. (1995). *The Partial Least Square (PLS) Approach to Causal Modeling, Personal Computer Adoption and Use as an Illustration*. Walter de Gruyter and Co.
- Berliansyah, R. A., and Suroso, A. (2018). The Influence of Food and Beverage Quality, Service Quality, Place, and Perceived Price to Customer Satisfaction and Repurchase Intention. *Journal of Research in Management*, 1(1), 28–37. <https://doi.org/10.32424/jorim.v1i1.18>
- Cahyani, E. A., and Hartono, R. (2025). Pengaruh persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi kenangan Mall Ciputra Land. *E-Jurnal Manajemen*, 14(9), 814–827. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2025.v14.i10.p05>
- Caniago, A., dan Rustanto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Bidang Admisnistrasi, Sosial, Humaniora, dan Kebijakan Publik*, 5(1), 19–25.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Journal Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295–336.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Global Research and Consulting Institute.

- Effendy, F. H., Khuzaini, and Hidayat, I. (2019). Effect of Service Quality, Price and Store Atmosphere on Customer Satisfaction (Study on Cangkir Coffee Shop in Surabaya). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 123–148.
- Ernawati, D. (2019). Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), 17–32.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fornell, C., and Larcker, D. . (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Ge, Y., Yuan, Q., Wang, Y., and Park, K. (2021). The Structural Relationship among Perceived Service Quality, Perceived Value, and Customer Satisfaction Focused on Starbucks Reserve Coffee Shops in Shanghai, China. *Journal Sustainability*, 13(15), 1–19.
- Geraldine, S. M. (2023). *Pengaruh Persepsi Kelayakan Harga dan Kepuasan terhadap Loyalitas: Efek Mediasi dan Niat Berkunjung Kembali Studi pada: Alas House Purwokerto*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Ghaliyah, G. Al. (2022). *Usulan Strategi Pemasaran untuk Coffee Shop X*. Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
- Ghozali, I., dan Latan, L. (2020). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. (Edisi 2). Badan Penerbit UNDIP.
- Gravetter, F. J., and Wallnau, L. B. (2017). *Statistics for the Behavioral Sciences* (10th ed.). Cengage Learning.
- Gultom, P., Nainggolan, E., and Monica, C. (2025). Analyzing Consumer Purchasing Behavior Through Economic Lens : The Effect of Location and Service Quality at Point Coffee , Medan. *International Journal of Economics Development Research*, 6(4), 2005–2018.
- Hair, joe F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., and Sarstedt, M. (2020). PLS-SEM atau CB-SEM: Pedoman Terbaru tentang Metode Mana yang Digunakan. *Jurnnal Internasional Analisis Data Multivariat*, 1(2), 107–123.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi : Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 82–88.
- Hawkins, D. I., and Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building*

Marketing Strategy (11th ed.). Mc Graw-Hill.

- Hulami, T. J., dan Sanusi, A. (2024). Analisis Pengaruh Disiplin Kerja Guru dan Kepemimpinan Kepala Sekolah terhadap Kinerja Guru dengan Budaya Organisasi sebagai Variabel Moderasi pada SMA Annida Karang Anyar Lampung Selatan. *Jurnal Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 6(7), 3025–3495.
- Ilhamsyah, F. I. (2024). *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kepercayaan Diri terhadap Semangat Kerja Karyawan Coffee Shop di Kota Madiun*. Universitas PGRI Madiun.
- Kotler, P. (2010). *Ingredient Branding: Making the Invisible Visible*. Springer Heidelberg Dordrecht London New York.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (1st ed.). Erlangga.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Mitra Abisatya.
- Lauma, T. F. (2024). *The Influence of Price Perception, Location, Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction at Sabana Fried Chicken Gunung Sari Indah Surabaya Branch*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Lemeshow, S., Jr, D. W. H., Klar, J., and Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. Behalf of the World Health Organization by John Wiley and Sons.
- Linda, J., dan Asra, Y. (2023). Seminar Nasional Industri dan Teknologi (SNIT), Politeknik Negeri Bengkalis. *Jurnal of Economics and Business*, 3(9), 666–675.
- Losch, A. (1954). *The Economics of Location* (1st ed.). Yale University Press.
- Maifianti, K. S., Sarwoprasodjo, S., Rilus, A., and Sadono, D. (2024). Women in Coffee Shops: Negotiating Gender Roles and Transforming Public Sphere in West Aceh, Indonesia. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 23680–23695. <https://doi.org/https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.001692>
- Manurung, E. K. Y. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffe Shop Tribhuwana Kopi Surabaya*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Maritsha, K., Kusuma, L. T. W. N., Agustin, W., Dania, P., and Andriani, D. P. (2025). Exploring the Influence Factors in Consumer Preferences Towards Cafe Selection: An Empirical Study. *Journal of Engineering and*

Management in Industrial System, 13(1), 38–51.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jemis.2025.013.01.4>
 EXPLORING

- Marselina, S., and Badri, J. (2022). The Effect of Product Quality, Price and Service Quality on Consumer Satisfaction. *Bina Bangsa International Journal of Business and Management (BBIJBM)*, 2(1), 41–53.
<https://doi.org/10.46306/bbijbm.v2i1.39>
- Munawaroh, M., and Simon, Z. Z. (2023). The Influence of Store Atmosphere, Service Quality, Product Quality, and Price on Customer Satisfaction. *Research of Business and Management*, 1(1), 32–40.
- Mutianisa, R., dan Cahyani, R. R. (2024). Pemilihan Lokasi Usaha terhadap Kesuksesan Usaha. *Jurnal Kewirausahaan Cerdas dan Digital*, 1(2), 10–17.
- Nunnally, J. C., and Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Nurdiansyah, D. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas di Bandar Lampung*. Universitas Lampung.
- Nurjannah, F., Soeprajitno, E. D., dan Kurniawan, R. (2025). Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Jolotundo Nganjuk. *SIMANIS: Simposium Manajemen dan Bisnis*, 4(4), 795–802.
- Nursalmah, V. Y., dan Sahir, S. H. (2025). Pengaruh Store Atmosphere, dan Promosi serta Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Coffee Shop. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 5(3), 318–328.
<https://doi.org/10.47065/jtear.v5i3.1907>
- Nuryadin, R., Nurfadilah, L., and Aprianti, I. (2023). Quality of Service and Price on Customer Satisfaction Coffee Shop in Bandung City (Case Study on Bandung City Coffee Shop Customers). *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 1223–1226.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pater, P., and Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsume dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Pio, J., Mamuaya, N. C., dan Angmalisang, S. (2022). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa Jilid 667 Tomohon. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 6(3), 2019–2030.
- Pratiwi, D. Z., Soebiantoro, U., and Mandasari, V. (2025). The Influence of Store Atmosphere, Price Perception, and Service Quality on Customer Satisfaction

- of Fore Coffee in Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 6(4), 4913–4923.
- Priadana, S., dan Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524.
- Putri, A. E., dan Sumiati. (2025). Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada D' Coffee Cup Prapen Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(3), 262–273.
- Putri, A., dan Indra, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada MIXUE Ice Cream and Tea. *Jurnal Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 217–226.
- Putri, S. T. O., dan Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop pada Kedai Kopi Anaqi di Kabupaten Subang. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2), 906–911. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.564>
- Ratnasari, A. D. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Bisnis Online Shop di Kota Samarinda. *E-Journal Administrasi Bisnis*, 5(1), 122–124.
- Reinartz, W., Haenlein, M., and Henseler, J. (2009). An Empirical Comparison of the Efficacy of Covariance Based and Variance Based SEM. *International Journal of Research in Marketing*, 26(4), 332–344. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2009.08.001>
- Riswan, M. (2021). *Budidaya Kopi*. CV Azka Pustaka.
- Rosalina, R. (2024). *Keputusan Konsumen dalam Memilih Coffe Shop di Kota Bandar Lampung*. Politeknik Negeri Lampung.
- Rumokoy, F. S. (2016). Evaluating the Service Quality of Coffee Shop in Manado Using Importance and Performance (IPA) Analysis . (Case Study: Excelso Coffee). *Jurnal of Asean Studies on Maritime Issues*, 2(2), 16–28.
- Safina, A., Astuti, S., dan Safitri, C. (2025). Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Coffee Shop di Kecamatan Cimanggis. *Jambura Economic Education Journal*, 7(2), 552–566.
- Sagita, O., Alam, I. A., dan Sanida, N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Story Coffee. *JUMMA '45: Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 420–429.
- Salim, R. A., Prayoga, Y., and Ikhsan, M. A. Al. (2023). The Influence of Price,

- Location, Service, and Product Quality on Customer Satisfaction. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 6(1), 399–412.
- Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2016). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keterampilan* (7th ed.). West Sussex.
- Selvi, dan Ningrum, L. (2020). Gaya Hidup Minum Kopi dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus pada Kopi Kenangan Gandaria City-Jakarta). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(1), 23–30.
- Sembiring, V. A. (2021). Effect of Product Quality on Customer Satisfaction at Kopi Gowo Lippo Karawaci, Tangerang Selatan. *Tourism Research Journal*, 5(2), 106–117.
- Setiawan, M. F., and Japariato, E. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep ' S di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–6.
- Setyani, A. D., dan Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas. *Proceeding SENDIU*, 7(22), 611–615.
- Spreng, R. A., Mackenzie, S. B., and Olshavsky, R. W. (1996). A Reexamination of the Determinants of Consumer Satisfaction. *Journal of Marketing*, 60(3), 15–32. <https://doi.org/10.2307/1251839>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RandD*. Alfabeta.
- Suriani, N., dan Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
- Sutrisno, and Tanjung, M. D. (2022). The Effect of Location and Price on Customer Satisfaction of Sharia Cafe. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 19(02), 122–134.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, dan Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran Available*, 2(1), 160–166.
- Syahrizal, D., dan Sigarlaki, F. F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Niat Beli Ulang yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Minuman Siap Saji. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2), 369–384.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 2(3), 43–56.

- Tendur, S. T. E., Hutabarat, V. V., dan Tumbelaka, S. S. X. (2021). Price Perception, Service Quality and Customer Satisfaction (Empirical Study on Cafes at Tondano City). *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific (IJTHAP)*, 4(3), 19–31.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F., and Gregorius, C. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* (3rd ed.). Andi Offset.
- Tse, D. K., and Wilton, P. C. (1988). Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension. *Journal of Marketing Research*, 25(2), 204–212.
- Tussifah, H., and Navitsha, N. P. (2021). The Effect of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction at Roya Café Mantingan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 9(1), 69–86.
- Villagonzalo, B. S., Mazzeo, H. C., Fuentes, S. O., Mananquil, A. M. P., Monroy, A. M. G., Namoco, K. F. Q., and Paalan, E. S. F. (2025). Factors Affecting Local Coffee Shop Preferences of Students. *Journal of Interdisciplinary Perspectives*, 3(5), 536–543.
- Widodo, S. (2021). The Effect of Product Quality, Service Quality and Prices on Consumer Satisfaction of Molivia Cafe (Case Study on Consumers of Molivia Cafe, Jalan H. M. Joni, Teladan Timur, Medan City). *Journal of Management*, 11(2), 619–633.
- Windiastruti, F. (2024). *Pengaruh Citra Merek, Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen Kalih Coffee Tea and Spaces Purwokerto)*. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Yam, J. H., dan Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
- Yamin, S. (2023). *Olah Data Statistik: Smartpls 3, Smartpls 4, Amos, dan Stata* (3rd ed.). PT Dewangga Energi Internasional.
- Yuliati, R. (2021). *Budaya Nongkrong sebagai Gaya Hidup para Perempuan Penikmat Kopi di Sidoarjo*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Yusbyakto, A., Harianto, dan Baru, B. M. (2025). Analysis of Coffee Shop Environmental Factors in Encouraging. *Santhet: Jurnal Sejarah, Pendidikan dan Humaniora*, 9(5), 1989–1996. <https://doi.org/10.36526/js.v3i2.6451>
- Yuwono, H., dan Yuwana, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko King di Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 221–346.
- Zhong, Y., and Moon, H. C. (2020). Physical Environment Quality, and the

Moderating. *Soc. Indic*, 2(1), 3–199.

Zulaikha, N., Sulandjari, K., dan Wicaksana, I. (2025). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen di Coffee Shop Asimetri Kopi Kabupaten Bogor. *BIOFARM: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 21(1), 9–17.