

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliyanto, A. M., Purwadi, P., dan Puruhito, D. D. (2018). Daya Saing Komoditas Kopi (*Coffea Sp.*) di Indonesia. *Jurnal Masepi*, 3(2).
- Adithia, S., dan Jaya, M. P. P. (2021). Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 37–46.
- Agustina, N. A., Sumowo, S., dan Wijyantini, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 186–196.
- Amadea, M. B., Ariani, M., dan Wibowo, J. M. (2025). Analisis Perilaku Konsumen Kopi Keliling sebagai Gaya Hidup Modern Generasi Muda. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(1), 252–262.
- Amrita, N. D. A., Suryawan, T. G. A. W. K., Idayanti, I. D. A. A. E., Putri, C. I. A. V. N., Suwastawa, I. P. A., Boari, Y., Daffa, F., dan Judijanto, L. (2024). *Green Marketing (Dunia Baru dalam Dunia Marketing)* (Y. Agusdi (ed.); Issue July). PT. Son Pedia Publishing Indonesia.
- Anisa, T. N., Winarno, S. T., dan Atasa, D. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Frozen Seafood “AHAA!” ICS Food di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Respati*, 15(1), 59–71.
- Aradhana, F. A., dan Darmawan, B. A. (2023). Implementasi Manajemen Kualitas Produk Tiang Pancang: Sebuah Studi Kasus di PT. Wijaya Karya Beton Tbk. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis dan Manajemen*, 02(05), 19–29.
- Ardiyansyah, N., Unggul, U. E., Purnama, S., dan Unggul, U. E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(2), 323–345.
- Asriati, N., Elpia, dan Irfan, M. R. (2026). Kebiasaan Konsumsi Kopi dan Gaya Hidup Urban Kota Pontianak: Implikasi Ekonomi dan Sosial dalam Perilaku Konsumen di Coffee Shop. *Jurnal Visi Ilmu Pendidikan*, 18(1), 14–21.
- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Palupi, Y. F. C., Masman, R. R., dan Suryawan, I. N. (2020). *The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty*. *Jurnal Manajemen*, XXIV(03), 412–426.
- Daga, R. (2017). *Citra , Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (1). Global Research and Consulting Institute.

- Davelino, A., Gerrits, D. A., Thio, M., Saidina, F., Setiawan, B., dan Johann, W. H. (2025). Analisis Pengembangan UMKM Broshan : Studi Kasus Usaha Kopi Keliling di Tangerang. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 2(4), 1–7.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, dan Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(1), 176–188.
- Festivalia, F., Wicaksono, H., dan Chairani, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Jajanan Pasar pada Generasi Gen Z. *SEIKO: Journal of Management and Business*, 7(2), 852–860.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (ed.); 1st ed., Issue August). CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (edisi 2). In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Goodstats. (2024). *Pola Konsumsi Kopi Orang Indonesia di Tahun 2024*. Artikel. <https://goodstats.id/publication/hasil-survei-pola-konsumsi-kopi-orang-indonesia-di-tahun-2024-AiM7t>
- Harmileni, Marfitania, T., Hidayani, T. R., Chiuman, L., dan Fachrial, E. (2024). *Perlambat Penuaan dengan Tanaman Indonesia: Bukti Ilmiah*. Unpri PRESS.
- Hendrawan, D., Sulardi, dan Hakim, T. (2023). *Agribisnis Budidaya Tanaman Kopi Arabika* (1st ed., Issue November 2022). PT Dewangga Energi Internasional.
- Kelvinia, Putra, M. U. M., dan Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), 85–98.
- Kotler, P., Armstrong, G., and Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing* (19th ed.), Pearson
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.), Prentice Hall.
- Kurniyanto, E. T., Gs, A. D., Dewi, R., dan Teguh, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Kopi Prada Di Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 2, 269–283.
- Lontoh, P. D. V. P., Tumbuan, W. J. F. A., and Wangke, S. J. C. (2021). The Influence of Word of Mouth and Social Media Marketing on Customer Purchase Intention at Msmes Cofee Shops in Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1829–1837.

- Madyan, I. S., dan Tiarawati, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pond's Flawless White. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 98.
- Malini, H. (2021). *Gaya Konsumsi dan Perilaku Konsumen Generasi Z di Warung Kopi. 2020. Prosiding Seminar Nasional SATIESP 2021.* (34-44) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura, Indonesia
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal ABIWARA*, 1(2), 71–83.
- Milano, A., Sutardjo, A., dan Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik di Toko "Florensia" Kota Sawahlunto. *Jurnal Matua*, 3(1), 13–24.
- Millah, A. S., Apriyani, Arobiah, D., Febriani, E. S., dan Ramdhani, E. (2023). Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 140–153.
- Natalie, K. M., Jessica, M., dan Aprilia, P. (2023). Pengaruh Sosial Budaya, Usia, dan Jenis Kelamin terhadap Minat Konsumsi Kopi (UMKM Kedai Kopi Palembang). *Journal of UMKC National Seminar on Accounting Proceeding*, 2(1), 359–371.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. PT. Nas Media Indonesia.
- Pambudi, F. T., Ambarwati, D., Akbar, T., Lestari, V. N. S., Nurmawati, dan Sutariyono. (2024). Pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic and Business*, 5(1), 45–56.
- Park, C.-I., dan Namkung, Y. (2025). The Effects of Instagram Marketing Activities on Customer-Based Brand Equity in the Coffee Industry. *Sustainability*, 14.
- Prakosa, A. (2019). Generasi Third Wave Coffee: Perspektif Milenial Terhadap Kopi Gelombang Ketiga. *Jurnal BISMANT*, 2(2), 106–118.
- Putlia, G., dan Sundoro, H. S. (2025). Exploration of Buying Behavior in Modern Lifestyle : A Case Study of Mobile Coffee. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 317–331.
- Rachmatunnissa, D., dan Deliana, Y. (2019). Segmentasi Konsumen Coffee Shop Generasi Z di Jatinangor. *MIMBAR AGRIBISNIS*, 6(1), 90–100.

- Rafli, M., Santosa, P., Suhud, U., dan Krissanya, N. (2025). Membangun Brand Loyalty pada Konsumen Mobile Coffee (Kopi Keliling) Modern: Investigasi Peran Brand Experience, Product Quality, dan Brand Reputation?. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(2), 4151–4164.
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) (1) 2023. In *CV. Lentera Ilmu Madani* (Issue Juli).
- Ramanda, B., Sianturi, I. N., Lubis, P. N. S., Tampubolon, C. Y., dan Hutajulu, J. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Repurchase Intentions Konsumen pada Produk Kopi Keliling Merek Segelas pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara. *Cantaka: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 2, 104–113.
- Randriani, E., dan Dani. (2018). *Pengenalan Varietas Unggul Kopi* (Cetakan II). IAARD Press.
- Razali, G., Syamil, A., Hurit, R. U., Asman, A., Lestariningsih, Radjawane, L. E., Bagenda, C., Falasifah, N., Amane, A. P. O., Tingga, C. P., Saloom, G., S, S., Gultom, N. B., Fadhilatunnisa, D., Fakhri, M. M., dan Rosidah. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. In Media Sains Indonesia.
- Rb, L. D., Ingkadijaya, R., dan Angelina, S. C. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli di Koi Thé Mall Central Park Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 213–222.
- Rosyidin, M. S., Rahayu, dan Armin, R. (2022). Analisis Faktor Faktor Marketing Offline dan Online yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Cafe Legend. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 3107–3120.
- Saota, S., Buulolo, P., dan Fau, S. H. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di UD. Trial Vela Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 135–142.
- Saragih, R., dan Elisabeth, D. M. (2019). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampung Deli Medan. *Jurnal Manajemen Open*, 8(2), 283–290.
- Sari, D. K., and Herwandito, S. (2025). A Map of Nationalism Message on Twitter / X Users in Indonesia. *Komunikator*, 17(1), 63–79.
- Sawitri, H., dan Yuziani. (2021). Gender dan Kebiasaan Minum Kopi pada Mahasiswa Program Studi Kedokteran Universitas Malikussaleh. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Diagnosis*, 16(4), 168–172.

- Setiawan, C., Hidayat, C., dan Gantina, D. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Tjampolay di Pusat Oleh-Oleh Cirebon. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 319–329.
- Siregar, M. G., Sundari, A. P., Elsa, N., dan Perwito. (2025). Studi Kelayakan Bisnis “Kopi Keliling”. *Jurnal Bisnis Manajemen*, 3(1), 37–50.
- Sondang, S., Pandusaputri, N. A., dan Mokodompit, R. B. R. (2024). Adaptasi Tren Penikmat Kopi dari Generasi Milenial ke Gen Z. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(8); 4063-4072.
- Sucidha, I., dan Irayana, I. (2025). Determinasi Keputusan Generasi Z Membeli Kopi Keliling di Kota Banjarmasin. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(September), 4782–4791.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (25th ed.). CV Alfabeta.
- Supriyadi, Wiyani, W., dan K.N, G. I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 74–85.
- Suryahanjaya, B., Putra, B. A. K., dan Nugroho, C. A. (2024). Inovasi Strategi Bisnis dalam Menghadapi Pola Konsumsi dan Produk F&B yang Berkelanjutan. *Prosiding SENAM 2024: Ekonomi and Bisnis*, 4, 38–48.
- Suryana, P. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang. *Trikonomika*, 12(2), 190–200.
- Suryani, J. A., Lubis, J., dan Ritonga, M. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coffeshop Hypermut. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 10(3), 264–271.
- Susanto, P. C., dan Pura, U. D. (2022). *Sikap Generasi Z Terhadap Eksistensi Kedai Kopi Lokal dan Internasional: Riset Perilaku Konsumen Berbasis Visual*. 17(1).
- Suyud, R., dan Syam, E. (2023). Makna Filosofis dalam Secangkir Kopi Kehidupan. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(5), 1–14.
- Syallaysyah, J. D., Nasution, S., dan Irawan, Y. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT . Sumber Alfaria Trijaya Tbk. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Bisnis Digital*, 3(2), 233–240.

- Taqquyuddin, M., Budi, H., Mokoginta, M. M., Suyani, I. S., Rahmi, F., Fadli, Saleh, A. R., Ratika Pradisya Damayanti, A. H., Ramadhani Chaniago, K., Bangkele, L. I., dan Ridhana, F. (2023). *Perjalanan Panjang Secangkir Kopi*. CV. Ayrada Mandiri.
- Tjahjono, E. J., Ellitan, L., dan Handayani, Y. I. (2021). Product Quality and Brand Image Towards Customers' Satisfaction Through Purchase Decision of Wardah Cosmetic Products in Surabaya. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 2(1), 56–70.
- Tjiptono, F. dan Diana, A., (2016) *Pemasaran, Esensi dan Aplikasi* (Edisi 1). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). CV. Andi Offset.
- Wachdijono, dan Yahya, A. C. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Keberadaan Coffee Shop dan Barista pada Era Pemasaran Kopi ke Tiga. *Paradigma Agribisnis*, 4(September), 11–24.
- Wardhana, A. (2021). *Manajemen strategi (membangun keunggulan kompetitif)* (Issue November) (Edisi1). CV. Media Sains Indonesia.
- Wibowo, W., dan Ayuningtyas, F. (2024). Generasi Z sebagai Konsumen Masa Depan: Karakteristik, Preferensi, dan Tantangan Baru. *Buana Komunikasi Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, 05(02), 90–99.
- Widodo, V. M., dan Lontoh, S. O. (2023). Gambaran Konsumsi Minuman pada Konsumen Dewasa Muda di Kedai Kopi Kawasan Jakarta Timur. *Tarumanegara Medical Journal*, 5(1), 167–171.
- Widyasari, S., Maskur, A., Setiawan, M. B., dan Sugiarto, T. (2019). The Effect of Motive, Product Quality, Price Perception and Brand Image Toward Buying Decision Process. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 86, 91–95.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., dan Santamoko, R. (2020). Generasi Z dan Revolusi Industri 4.0. In *Pena Persada Redaksi* (Issue July). CV. Pena Persada.
- Winarno, S. T., Darsono, Harisudin, M., dan Sudiarto. (2018). The Determinant Factor of Consumer Attitudes of The Robusta Coffee Processed in East Java, Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(4).