

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, B. J., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung Galaxy. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 139–147.
- Arif, R., Kahrir, A. M. S. A., Nildayanti, N., Kumalawati, Z., & Suriansyah, S. (2020). PENYIRAMAN MEDIA TANAM SAMBUNG PUCUK KOPI (Coffea sp) PADA BERBAGAI KONSENTRASI PGPR. *Agroplanta: Jurnal Ilmiah Terapan Budidaya Dan Pengelolaan Tanaman Pertanian Dan Perkebunan*, 9(2), 49–59.
- BPS-Statistics. (2023). *Indonesian Statistical (Statistical Yearbook of Indonesian, 2023). Publication Number: 03220.1509. BPS Catalog: 1101001. Number of Pages: xxxviii+ 670 pages. ISSN: 0126-2912 (Vol. 2023).*
- Budijaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, 2(2), 127–133.
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). Analisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian cetakan continuous form melalui kepercayaan merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 158–169.
- Dilasari, E. M., & Yosita, G. (2022a). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–40.
- Dilasari, E. M., & Yosita, G. (2022b). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–40.
- Diyatma, A., & Rahayu, I. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro &bar. *EProceedings of Management*, 4(1).
- Drummond, K. E., & Brefere, L. M. (2021). *Nutrition for foodservice and culinary professionals*. John Wiley & Sons.
- Dwityanti, E. (2008). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap layanan internet banking Mandiri. *Universitas Diponegoro*, 21.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.

- Farisi, S. (2018). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*
- Hamni, A. (2013). Potensi Pengembangan Teknologi Proses Produksi Kopi Lampung. *MECHANICAL*, 4(1).
- Haribowo, R., Tannady, H., Yusuf, M., Wardhana, G. W., & Syamsurizal, S. (2022). Analisis Peran Social Media Marketing, Kualitas Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Rumah Makan Di Jawa Barat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 4024–4032.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2007). *Desain kemasan: Perencanaan merek produk yang berhasil mulai dari konsep sampai penjualan.* Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, A., & Ridlo, M. R. (2017). Perilaku konsumtif remaja penikmat warung kopi. *Dilema*, 32(1), 9–22.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2011). *Social marketing: Influencing behaviors for good.* SAGE publications.
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PADA VEREL BAKERY AND COFFEE. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 184–190.
- Mardiana, S. (2013). Peranan komunikasi pemasaran dalam membentuk perilaku konsumen. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Marhaenanto, B., Soedibyo, D. W., & Farid, M. (2015). Penentuan Lama Sangrai Kopi Berdasarkan Variasi Derajat Sangrai Menggunakan Model Warna Rgb Pada Pengolahan Citra Digital (Digital Image Processing). *Jurnal Agroteknologi*, 9(02), 102–111.
- Muhson, A. (2015). Analisis Korelasi. *Diktat Kuliah. Universitas Negeri Yogyakarta.*
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan packaging dalam meningkatkan hasil produksi terhadap konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 8(2), 181–191.
- Natadjaja, L. (2007). Analisa Elemen Grafis Desain Kemasan Indomie Goreng Pasar Lokal dan Ekspor. *Nirmana*, 9(1), 20–30.
- Panggabean, I. E. (2011). *Buku pintar kopi.* AgroMedia.
- Praja, Y. (2022). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 31–41.

- Rahardjo, P. (2017). *Berkebun kopi*. Penebar Swadaya.
- Rosandi, S. (2014). Pengaruh citra merek dan desain kemasan terhadap minat beli konsumen pada produk susu Ultra (studi pada Cafeteria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(2).
- Simbolon, M. (2007). Persepsi dan kepribadian. *Jurnal Ekonomis*, 1(1), 52–66.
- Subakti, A. G., Tenironama, D., & Yuniarso, A. (2018). Analisis Persepsi Konsumen. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 31–38.
- Taufik, A., Santoso, S., Fahmi, M. I., Restuanto, F., & Yamin, S. (2022). The role of service and product quality on customer loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 68–82.
- Yudihartanti, Y. (2018). Penentuan Hubungan Mata Kuliah Penelitian Dan Tugas Akhir Dengan Korelasi Rank Spearman. *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 6(3), 1691–1694.

