

DAFTAR PUSTAKA

- AEKI. 2024. *Statistik Kopi Indonesia 2024*. Jakarta: Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia.
- Anindita, R., & Baladina, N. 2017. *Pemasaran Produk Pertanian*. Malang: UB Press.
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. 2005. Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868–882.
- Assauri, S. 2014. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Auliyah, dkk. 2025. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Industri Coffee Shop.
- Azahari, L. H. 2023. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Mobil Daihatsu Xenia. *Jurnal MOB*, 1(4).
- Barratt, M. J., Ferris, J. A., & Lenton, S. 2015. Hidden Populations, Online Purposive Sampling, and External Validity: Taking Off the Blindfold. *Field Methods*, 27(1), 3–21.
- Badan Pusat Statistik. 2024. *Statistik Perkebunan Kopi Indonesia 2024*. Jakarta: BPS.
- Chaudhuri, A. 2020. *Fundamentals of Survey Sampling*. New Delhi: Springer.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. 2018. *Consumer Behavior*. Boston: Cengage Learning.
- Fatlahah, A. 2013. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 45–53.
- Fatmawati, & Soliha, E. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10(1), 1–20.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gitosudarmo, I. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hardiyanti, R., & Puspa, A. 2021. Perubahan Budaya Konsumsi Kopi pada Generasi Muda Indonesia.
- Hidayat. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop di Kota Gresik.
- Humaidi, E., Analianasari, A., & Unteawati, B. 2022. Perilaku Konsumen Produk Kopi di Indonesia.
- Ica, & Sari. 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Tempat dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fore Coffee.
- International Coffee Organization. 2022. *Coffee Development Report 2022*. London: ICO.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2012a. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2021b. *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing*. 17th Edition. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2014. *Marketing Management*. 14th Edition. Pearson.
- _____. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education.
- _____. 2021. *Marketing Management*. 16th Edition. Pearson.
- Larosa, & Paludi. 2025. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Flash Coffee Indonesia.
- Lupiyoadi, R. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malini. 2021. Preferensi Konsumen terhadap Konsumsi Kopi Lokal di Indonesia.
- Neilson, J., dkk. 2018. Coffee Value Chain and Market Development in Indonesia.
- Nugroho. 2024. Pengaruh Faktor Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop.
- _____. 2025. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Kedai Kaya Kopi.

- Nurlindah, A., & Wikaningtyas, S. U. 2019. Penggunaan Rumus Lemeshow dalam Penentuan Sampel Penelitian Sosial.
- Nuryanti, & Swastika. 2020. *Pemasaran Produk Agribisnis*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Nuryanti, N. 2024. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. 2014. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. McGraw-Hill.
- Prabowo. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Antariksa Kopi Semarang.
- Prasetyo, & Hufon. 2022. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Coffee Shop.
- Priyatno, D. 2017. *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Rahmawati. 2018. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rasmikayati, E., Pardian, P., Hapsari, H., Ikhsan, R. M., & Saefudin, B. R. 2017. Kajian Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kopi. *Mimbar Agribisnis*, 3(2), 117–133.
- Rosada, A., & Shofi, F. 2025. Meracik Pasar Anak Muda: Studi Segmentasi dan Targeting Konsumen Gen Z pada Bisnis Coffee Shop. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1), 45–60.
- Sari, D. P., & Prihartono, A. 2020. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Sartika, D. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 120–132.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. 2019. *Consumer Behavior*. Pearson.
- Setiadi, N. J. 2012. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sinambela, L. P. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Solomon, M. R. 2020. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- _____. 2018. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani. 2025. Pengaruh Produk, Harga, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Produk Tomoro Coffee pada Masyarakat Sumbawa.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. 2017. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- _____, F. 2013. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- _____, F. 2019. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- _____, F., & Fandy. 2016. *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuningtyas. 2023. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Lokal pada Tarzzan Coffee Roastery.
- Wahyuningtyas, & Setyawan. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Lokal.
- Wardani, & Mawarni. 2022. Tren Konsumsi Kopi Generasi Z dan Milenial di Indonesia.
- Wibowo, A. 2022. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*.
- Wildan, dkk. 2025. Perkembangan Coffee Shop dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen Modern.
- Wowor, C. A. S., Lumanuw, B., & Ogi, I. W. J. 2021. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1058–1068.
- Zulkifli. 2012. Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 78–89.