

DAFTAR PUSTAKA

- Asmak, A. (2018). Digital repository universitas jember teknologi pengolahan kopi terkini digital repository Universitas Jember. *Universitas Jember*.
- Budiman, H. (2018). *Prospek tinggi bertanam kopi: Pedoman meningkatkan kualitas dan kuantitas perkebunan kopi* (Flo (ed.)). Pustaka Baru Press.
- Febryana, Y. R. (2016). *Pengaruh teknik penyeduhan dan ukuran partikel kopi bubuk terhadap atribut sensori seduhan kopi robusta rampit menggunakan metode Rate-All-That-Apply (RATA)* (Desember).
- Frank, R. . (2021). *Ekonomi mikro dan perilaku* (Internatio). Mc. Graw. Hill.
- Hiwot, H. (2011). *Growth and physiological response of two coffea arabica l. population under higha and low irradiance*. Addis Ababa University.
- Kotler, P. (1997). *manajemen pemasaran : Analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol* (3rd ed.). Prehalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip - prinsip pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kunawangsih, T., & Pracoyo, A. (2006). *Aspek dasar ekonomi mikro* (Wibowo, A. Arif, & S. Ubha (eds.)). PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ilyas, M., & Sari, D. (2021). Analisis faktor-faktor yang menjadi preferensi konsumen dalam memilih coffee shop di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 3318–3329.
- Irawan, I. A. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kopi pada aplikasi online dimasa pandemi Covid-19. *KELOLA: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 9–16. <https://doi.org/10.32509/kelola.v7i1.1409>
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008a). Pemodelan persamaan structural dengan partial least square. *Semnas Matematika dan Pendidikan Matematika 2008*, 118–132.
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008b). Pemodelan persamaan struktural dengan partial least . *Semnas Matematika dan Pendidikan Matematika*, 118–132.
- Kusumah, E. P., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2019). Atribut pemilihan kualitas restoran: Citra merek dan harga. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(3), 1469–1487. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>

- Muhson, A. (2022). *Analisis statistik dengan smartpls*. Universitas Negeri Yogyakarta, 1–34.
- Prihantoro. (2007). *Konsep variabel penelitian*. Universitas Gunadarma.
- Tubagus, S., & Tahir, N. H. (2021). Preferensi konsumen terhadap minat dan kepuasan minum kopi (studi kasus cafe Quba Kitchen Manado). *Journal of Economics and Islamic Economics*, 1(1), 21–29. <http://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizi>
- Adi, T., & Meriana, R. (2019). Analysis of factors that affect the purchase decision of Wamena Arabica coffee. *International Journal*, 2(1), 59–70. <https://doi.org/10.2121/.V2I1.1256>
- Aisyah, R., Primaputri, R., S., & I. (2023). Analysis of the effect of customer satisfaction on purchase decisions at coffeeshop "Selasa_Communa" Medan. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*. <https://doi.org/10.54443/ijevas.v3i4.1022>
- Fernandez, F., & Septiadi, D. (2024). Daya tarik kopi arabika dari perspektif perilaku konsumen. *Agroteksos*. <https://doi.org/10.29303/agroteksos.v34i1.1107>
- Mahendra, C., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. (2022). The effect of product quality and sales promotion on consumer purchase decisions with satisfaction as a mediation variable in Alas Coffee, Tembarak District, Temanggung Regency. *Journal of Management and Islamic Finance*. <https://doi.org/10.22515/jmif.v2i2.5307>
- Najiyati, S., & Danarji. (2004). *Kopi: Budi daya dan penanganan pasca panen* (Ed. rev.). Penebar Swadaya.
- Nurwanto, V., & Indayani, L. (2023). The influence of brand image, brand equity, and lifestyle on purchase decisions at Excelso Coffee SunCity Mall Sidoarjo. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*. <https://doi.org/10.21070/ijler.v18i4.967>
- Rahardjo, P. (2012). *Paduan budi daya dan pengolahan kopi Arabika dan Robusta*. Penebar Swadaya.
- Rangsaritvorakarn, N., & Nimsai, S. (2022). An investigation of factors affecting purchasing decision of premium coffee in Singapore. *2022 International Conference on Decision Aid Sciences and Applications (DASA)*, 1489–1491. <https://doi.org/10.1109/DASA54658.2022.9765044>

- Ruslan, M. R., Yoesdiarti, A., & Miftah, H. (2020). Analisis preferensi konsumen terhadap kopi Bogor di tiga kedai kopi Bogor. *Jurnal Agribisains*, 6(2), 101–114. <https://doi.org/10.30997/jagi.v6i2.3545>
- Setiadi, J. N. (2013). *Perilaku konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. PT Kharisma Putra Utama. <https://books.google.co.id/books?id=HdxDDwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Simamora, B. (2005). *Analisis multivariat pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumar'in. (2013). *Ekonomi Islam: Sebuah pendekatan ekonomi mikro perspektif Islam* (Cetakan 1). Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.
- Tubagus, S. (2021). Preferensi konsumen terhadap minat dan kepuasan minum kopi (Studi kasus Cafe Quba Kitchen Manado). *Economics and Islamic Economics*, 1(1), 21–29. <http://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizi>
- Wachdijono, Trisnaningsih, U., & Wahyuni, S. (2019). Analisis preferensi konsumen kopi pada era revolusi industri 4.0. *Agriekonomika*, 2, 182–193.
- Wachjar, A. (1984). *Pengantar budidaya kopi*. Jurusan Agronomi, Fakultas Pertanian.
- Andriani, Y., & Suprpto, R. (2020). Visual study of local coffee brand packaging and its effect on consumerism (case study: coffee brands in jakarta). . <https://doi.org/10.4108/eai.2-11-2019.2294927>.
- A'la, N., Nurmalina, R., & Suprehatin, S. (2024). Sikap dan preferensi konsumen terhadap kopi arabika gayo. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.1.120-130>.