

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. dan J. Hartono. 2015. Partial Least Square (PLS): Alternatif Struktural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Andi, Yogyakarta.
- Adinda, A. A. 2021. Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying di Masa Pandemi Covid 19 (Studi pada Konsumen Yogya Sunda Department Store di Kota Bandung). Universitas Komputer Indonesia. Skripsi.
- AEKI. 2014. Industri Kopi Indonesia. <http://www.aeki-aice.org/page/industri-kopi/id>.
- Ali, S. F., J. R. Mandei, dan G. A. J. Rumagit. 2020. Analisis Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa Jilid 57 di Kota Manado. AGRIRUD, 2 (2): 185-196.
- Alma, B. 2006. Kewirausahaan. Alfabeta, Bandung.
- Amilia, S. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa. Jurnal Manajemen dan Keuangan, 5(1): 459-468.
- Anggraini, L. D., P. Deoranto, dan D. M. Iksari. 2015. Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index. Jurnal Industri, 4(2): 74 – 81.
- Arifka, N. 2021. Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Penjualan. IAIN Purwokerto. Skripsi.
- Arikunto, S. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Analisis. Rineka Cipta, Jakarta.
- Assauri, S. 2015. Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Atmawinata, O. 2002. Peranan Uji Citarasa dalam Pengendalian Mutu Kopi. Materi Pelatihan Uji Citarasa Kopi. Pusat Penelitian Kopi dan Kakao, Jember.
- Badan Bahasa. 2016. KBBI Daring. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pendidikan>. Diakses pada 20 Februari 2023.
- Berman, B. dan J. R. Evans. 2010. Retail Management, 12th Edition. Pearson, Jakarta.
- Budianto, A. 2015. Manajemen Pemasaran. Penerbit Ombak, Yogyakarta.
- Burge, S.A. 2013. The Motivational Reasons behind CONsumer Choice in Branded Coffee Shop. Reinvention: an International Journal of Undergraduate Research, BCUR/ICUR 2013 Special Issues.
- Chan, A. 2010. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung. Jurnal Administrasi Bisnis, 6 (1): 43-58.

- Damanik, A. M. 2008. Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen terhadap Coffee Shop De Koffie – Pot Bogor. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Skripsi.
- Dirgantara, H. B., dan A. T. Sambodo. 2015. Penerapan Model Importance Performance Analysis dalam Studi Kasus: Analisis Kepuasan Konsumen bhinneka.com. *Kalbiscentia*, 2(1): 52-62.
- Dwinito, R. dan Megayani. 2020. Strategi Pemasaran Kopi Janji Jiwa Terhadap Keputusan Pembelian di Gerai Pondok Ungu Permai Bekasi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
- Dixon, W. dan J. Massey. 1991. Pengantar Analisis Statistik. Gajah Mada Press, Yogyakarta.
- Fatihudin, D. dan M. A. Firmansyah. 2019. Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. CV Budi Utama, Yogyakarta.
- Gumulya, D., dan I. S. Helmi. 2017. Kajian Budaya Minum Kopi di Indonesia. *Dimensi*, 13 (2): 153-172.
- Hadayanti, D., Y. Deliana, dan R.S. Natawidjaja. 2016. Faktor Dominan dari Preferensi Konsumen dalam Pemilihan Jenis Mangga (*Mangifera indica*): Suatu Kasus di Supermarket di Kota Bandung. *Jurnal Agrikultura* 27 (2): 94-101.
- Hadi, S. P. 2007. Perilaku Konsumen. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Henrietta, P. 2012. Impulsive Buying pada Dewasa Awal di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2): 1-6.
- Hezer, J. dan B. Render. 2006. Operation Managemen. (Alih Bahasa: Dwianoegrahwati Setyoningsih, Indra Almahdy). Salemba Empat, Jakarta.
- Hurriyati, R. 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Alfabeta, Jakarta.
- ICO. 2021. World Coffee Consumption. International Coffee Organisation. London.
- Indrayana, I. B. 2006. Desain Interior Restoran Arma di Ubud Bali. Institut Seni Indonesia, Denpasar.
- Ismanta, N. I. 2021. Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Arabika Lokal Indonesia di Kabupaten Sleman. Universitas Gadjah Mada. Skripsi.
- Janti, S. 2014. Analisis Validitas dan Reliabilitas dengan Skala Likert terhadap Pengembangan SI/TI dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan

- Strategi Planning pada Industri Garmen. Prosiding Smeinar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST): 155-160.
- Kotler, P. 1997. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jilid Kedua. PT. Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, P. 2000. Marketing Management. The Millinium Edition. USA: Prentice Hall International Inc.
- Kotler, P., V. Wong, J. Saunders, and G. Armstrong. 2005. Principles of Marketing. 4th. Pearson Education Limited, Harlow.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi Kedua belas. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- KPPU. 2020. Penelitian Pelaku Usaha dan Struktur Pasar pada Komoditi Kopi. Ringkasan Eksekutif.
- Lakar, V. U. M. 2017. Analisis Kinerja Ruas Jalan (Studi Kasus Jalan Seturan Raya DIY). Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi.
- Lamb, C.W., J.F. Hair, and C. McDaniel. 2011. Marketing. South-Western Cengage Learning, Mason.
- Layantara, S. 2016. Evaluasi Perkembangan BBQ Street Menggunakan Teori Marketing Mix 7P terhadap Fenomena Food Truck di Surabaya. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 1(2): 242–250.
- Levy, M. dan B. A. Weitz. 2012. Retailing Management Information Center. McGraw Hill Higher Education. New York.
- Lodhita, H. E., I. Santoso dan S. Anggraini. 2014. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode IPA (importance performance analysis) dan CSI (customer satisfaction index). Jurnal Teknologi Industri dan Pertanian, (1): 1-10.
- Lupiyoadi, R. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Emban Patria, Jakarta.
- Mahendra, M.M., dan I.G.A.K.S. Ardani. 2015. Pengaruh Umur, Pendidikan dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik The Body Shop di Kota Denpasar. E-Journal Manajemen 4 (2): 442-456.
- Marsum, W. A. 2005. Restoran dan Segala Permasalahannya. Edisi Empat. Andi, Yogyakarta.

- Martilla, J. A. and J. C. James. 1977. Importance Performance Analysis. *The Journal of Marketting*, 41(1): 77-79.
- Najiyati, S. dan Danarti. 2004. *Budidaya Tanaman Kopi dan Penanganan Pasca Panen*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Ngadiman. 2008. *Marketing*. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan. Jakarta.
- Niosi, A.E. 2018. *Introduction to Consumer Behaviour*. Canada: Pressbooks. <https://kpu.pressbooks.pub/introconsumerbehaviour/chapter/demographic-influences/>. Diakses pada 20 Februari 2023.
- Nirwana. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Dioma, Malang.
- Pamela, S. 2020. *Analisis Marketing Mix dalam Creation Brand Kuliner Milenial (Studi Kasus Lokal Coffee Di Kota Metro)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Metro. Skripsi.
- Panggabean, E. 2011. *Buku Pintar Kopi*. Agro Media Pustaka, Jakarta.
- PERMEN. 2014. *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 11 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Restoran*.
- Prastowo, B., E. Karmawati, Rubijo, Siswanto, C. Indrawanto, dan S. J. Munarso. 2010. *Budidaya dan Pasca Panen Kopi*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan, Bogor.
- Rahhadiski, J. D. 2020. *Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Coffeeshop Koplo di Jakarta Utara*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Skripsi.
- Ramprabha, K. 2018. Assessing the influence of age and marital status of women consumers towards the retail dimensions of the supermarket. *International Journal on Global Business Management and Research*, 7 (2): 39-43.
- Rangkuti, F. 2006. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-JP*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rasmikayati, E., P. Pardian, H. Hapsari, R. M. Ikhsan, dan B. R. Saefudin. 2017. *Kajian Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kopi Serta Pendapatnya Terhadap Varian Produk Dan Potensi Kedainya*. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 3(2): 117- 133.

- Rasmikayati, E., A. N. Deaniera, D. Supyandi, Y. Sukayat, dan B. R. Saefudin. 2020. Analisis Perilaku Konsumen: Pola Pembelian Kopi serta Preferensi, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kedai Kopi. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6 (2): 969-984.
- Republik Indonesia. 1999. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat 2.
- Rodrigues, R.P. and L.F. de Almeida. 2019. Coffee and Health in The Perspective of Young Consumers. *Proceedings in System Dynamics and Innovation in Food Networks* 25- 40.
- Rohmah, A.N. dan S. Subari. 2021. Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya. *Agriscience* 1 (3): 548-562.
- Rossi, M., D. Ethika, dan I. Widyarini. 2021. Analisis Kepuasan Konsumen Kopi pada Kedai Kopi di Wilayah Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(3): 878-891.
- Salvatore, D. 1997. Teori Mikro Ekonomi. Edisi ketiga. Erlangga, Jakarta.
- Saniah, S., B. Y. Ariadi, dan Harpowo. 2020. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Kedai Kopi “Pesenkopi” di Kota Malang. *Agriecobis*, 3(1): 40-49.
- Setiawan, D. B. 2020. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Kopi Janji Jiwa di Jl. Basuki Rahmat Surabaya. Undergraduate thesis, Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya.
- Silalahi, U. 2015. Metode Penelitian Sosial Kuantitatif. Reflika Aditama, Bandung.
- Simamora, B. 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soekresno. 2000. Manajemen Food and Beverage. Edisi Kedua. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sovitriana, R. 2020. Kajian Gender dalam Tinjauan Psikologi. Uwais Inspirasi Indonesia, Ponorogo.
- Stephanie, G. 2020. Pelaksanaan Accounting Service di PT Luna Boga Narayan (Kopi Janji Jiwa & Jiwa Toast). Internship thesis, Universitas Multimedia Nusantara.
- Sudarto. 2017. Peluang Usaha IKM Kopi. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, Jakarta.

- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, U. 2011. Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Suryana. 2013. Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. Salemba Empat, Jakarta.
- Suryawan, S. dan D. Dharmayanti. 2013. Analisa Hubungan Antara Experiential Marketing, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Café Nona Manis Grand City Mall Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(2): 1-10.
- Syauqi, F. 2019. Rumusan Blue Ocean Strategy sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Perusahaan yang Kompetitif dalam Bidang Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus di Kedai Kopi Merapi). Universitas Islam Indonesia. Skripsi.
- Tjiptono, F. 2000. Manajemen Jasa. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi, Yogyakarta.
- Utami, C.W. 2010. Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern. Salemba Empat, Jakarta.
- Van Gelder, B.M., B. Buijsse, M. Tijhuis, S. Kalmijn, S. Giampaoli, A. Nissinen, and D. Kromhout. 2007. Coffee Consumption is inversely associated with cognitive decline in elderly European men: the FINE Study. European Journal of Clinical Nutrition, 61: 226-232.
- Widiati, A. 2019. Peranan Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. Jurnal Audit dan Akuntansi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Tanjungpura, 8(2):67-76.
- Widjaja, B. T. 2009. Lifestyle Marketing (Servlist: Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa dan Lifestyle). Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wijaya, R. H. 2019. Pengaruh Film Filosofi Kopi terhadap Brand Image dan Perilaku Konsumen Kedai Filosofi Kopi Jogja. Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Skripsi.
- Yan, M. and Q. Li. 2016. Consumer behavior in coffee drinking: Comparison between Chinese and Swedish University Students. University Of Gavle, Thesis.
- Yusup, F. 2018. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan, 7 (1): 17-23.



Zubaidah, E., S. Hamidah, A. Mustadi, dan P. H. Pratiwi. 2015. Migrasi Pelajar dan Mahasiswa Pendetang di Kota Pendidikan. Laporan Penelitian Pusat Studi Pendidikan Dasar, Menengah, dan Kejuruan. Universitas Negeri Yogyakarta.