

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar R., 2018. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Alfabeta
- Afriyanti S., Elly R., 2018, Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi Di Jatinangor, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, Volume 4 Nomor 3 Hal 856-872.
- Ansori, PB., 2020, Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cv. Zafira Teknik Pekanbaru. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(1), 11-19
- Arikunto S., 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Ajiwibani, M. P., & Edwar, M. 2015. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen D'Goda Coffee Pazkul Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JTPN)*, 3(2), 1–13.
- Firmansyah, M. A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish
- Ghozali I., 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Graham, T.E. 1996. *Spriet L.Sports Science Exchange: Caffeine And Exercise Performance*. Vol 9 ; Number 1.
- Indriantoro N., Bambang S., 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi 1. Cetakan ke-12. Yogyakarta: BPFE.
- International Coffee Organization (ICO). 2022. Indonesia Masuk Daftar Negara Konsumsi Kopi Terbesar Dunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/12/12/indonesia-masuk-daftar-negara-konsumsi-kopi-terbesar-dunia>.
- Joesyiana K., 2018. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, 4(1), 71–85.
- Juniard H., Addinul Y., Tajidan, 2020, Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Lokal Kota Mataram, *Agroteksos*, 30 (2),

- Kotler P., Keller K., 2014. *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- _____, 2019. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 (Edisi 13). Erlangga
- Kotler, P., & Gary Armstrong, 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga.
- Milano A., Agus S., Rizka H., 2021, Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto, *JM*, Vol., 3 NO. 1, Hal: 13-24.
- Moleong, L. J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja. Rosdakarya
- Munandar. 2017. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen dalam Membeli Kopi Espresso. *Jurnal Visioner Dan Strategis*, 6(1), 1–9.
- Nandatama SR., Ali R., Yuliana NSU., Minuman Kopi (Coffea) Terhadap Kekuatan Otot dan Ketahanan Otot Atlet Sepak Bola Usia Remaja di SSB PERSISAC, *Jurnal Gizi*, Vol 2 No 1 Hal 1-11.
- Nursan, M., & Septiadi, D. 2020. Penentuan Prioritas Komoditas Unggulan Peternakan di Kabupaten Sumbawa Barat. *Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(1), 29–34.
- Peter, P. J. and Olson, J. C. 2013, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. 9th edn, Jakarta.
- Poltak, H., Sumarsih, Hastutik, S., Sartika, D., Hasan, M., Wardana, A., Roslan, A.H., Putri, N.L.I., Limgiani, Djampangau, H.R.D., Mulyana, S. & Gunaisah, E. 2021. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (konsep dan strategi pada era digital)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Priyatno D., 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Rakhmawati, I. Y., & Sudarwanto, T., 2021. Pengaruh Citra Merek dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shake Herbalife. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JTPN)*, 9(2), 1244–1250.
- Rasmikayanti, E., Pardian, P., Hapsari, H., Ikhsan, R. M., & Saefudin, B. R. 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

- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2014. *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, Pearson. Prentice Hall.
- Sekaran U., Roger Bougie, 2017, *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan.
- Setiadi, Nugroho J. 2015. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Simanjorang, E. F. S. 2020. Analisa Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Kopi pada Warkop On Mada Rantauprapat. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 1(1), 91–101.
- Siregar S., 2014, *Statistika Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, cet ke 2, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sukatmadiredja, N. R. 2016. Analisa Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan Warung Kopi di Kecamatan Rungkut Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(1), 340–354.
- Sumarwan, Ujang, 2017, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cet. 4. Edisi Kedua. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Tjiptono F., 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____, 2016. *Pemasaran Jasa*, Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Yogyakarta: Andi Offset
- _____, 2019. *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- www.bps.go.id, 2024, Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Bahan Minuman Per Kabupaten/kota (Satuan Komoditas), dalam <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEwNCMy/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-bahan-minuman-per-kabupaten-kota.html>
- Utami, N. A., & Tamami, N. D. 2020. Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Batik Tulis di Pamekasan. *Agriscience*, 1(1), 260–271.