

DAFTAR PUSTAKA

- Ananta, K. R., Kualitas, D. A. N., Terhadap, P., & Pakam, D. I. L. (2024). *Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kopi kenangan di lubuk pakam*. 7(2016), 16563–16566.
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2409>
- Arfah, Y., Nasution, B., & Siregar, R. J. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAAQBAJ>
- Arianto, B. (2024). *Pemasaran Media Sosial*. <https://doi.org/10.70310/cqw40j81>
- Bimantara, I. M. W. (2021). Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 108. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32312>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=Pr2VEAAAQBAJ>
- Damayanti, A. F., Sudarwati, & Istiqomah. (2023). *Keputusan Pembelian Ditinjau dari Store Atmosphere, Variasi Produk, dan Fasilitas Kedai Kopi Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta. 5(4), 1007–1014. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i4.2052>
- Dr. Drs. H. Rifa'i Abubakar, M. . (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian* (1st ed.). SUKA-Press.
- Dr. H. Soesanto, S. T. P. M. M. T. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN Perspektif Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Merek*. Uwais Inspirasi Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=JbgUEQAAQBAJ>
- Fathurohman, F., & Safitri, L. (2022). *Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/MCV6D>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C., Sarstedt, M., Danks, N., Ray, S., & St, C. (2022). *Book Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Halimah, Q. N., & Suharyati. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 63–69.
- Hamid, R. S., Ariasih, M. P., Suarniki, N. N., Purwoko, Nurchayati, Tarmizi, A., Efdison, Z., Pasaribu, A. W., Fitriya, S., Solihin, A., Budaya, I., & Vitaloka, D. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern (Strategi dan Taktik Untuk*

- Kesuksesan Bisnis). In *PT Sonpedia Publishing Indonesia*.
<https://books.google.co.id/books?id=ngDGEAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing, Global Edition*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=yqc5EAAAQBAJ>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=zXpfzgEACAAJ>
- Lindiani, L., Registiana, I., Fajrullah, F., & Noviyanti, I. (2024). Analisis Strategi Promosi Bisnis UMKM Coffee Shop Dengan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 75–93.
- Nur Indahsari, L., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 1, 51–60. <https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>
- Prasetio, A., Sidayat, M., Arifin, N., Setiawan, D., Deliana, Y., Zamrodah, Y., Julitasari, E., Putritamara, J., Widuri, N., Leilasariyanti, Y., & Asmalinda, A. (2024). *PERILAKU KONSUMEN*.
- Purnama, O. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop “Gula Kopi.” *Performa*, 8(3), 281–293. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i3.3964>
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Penerbit Widina. <https://books.google.co.id/books?id=aPwXEQAAQBAJ>
- Sagala, M. F., Leily Nasution, N., & Fitri Nasution, M. (2024). Pengaruh Fasilitas, Harga, Perilaku Konsumen, dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Satu Jiwa Kota Pinang. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Researc*, 4(2), 8238–8255.
- Secretariate General - Ministry of Agriculture Republic of Indonesia. (2023). *Statistics of Food Consumption 2023*. 1–132. https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/Buku_Statsitik_Konsu_msi_Pangan_2023.pdf
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(2), 78–83. <https://doi.org/10.31849/jmbt.v5i2.14231>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta. <https://books.google.co.id/books?id=0xmCnQAACAAJ>
- Suhardi, M., & M. Hidayat, M. R. P. M. (2023). *Buku ajar Dasar Metodologi Penelitian*. Penerbit P4I. <https://books.google.co.id/books?id=nhCmEAAAQBAJ>

- Susilaningtyas, W. H., Budiono, K., & Fansuri, H. (2021). Pengaruh Harga, Word of Mouth, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Cak Kebo Summersari Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Informatika*, 2(5), 14–23.
- Tjiptono, F. (2022). *SERVICE MANAGEMENT: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=6n6REAAQBAJ>
- Wardhana, A. (2024). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA DIGITAL PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.
- Ananta, K. R., Kualitas, D. A. N., Terhadap, P., & Pakam, D. I. L. (2024). *Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kopi kenangan di lubuk pakam*. 7(2016), 16563–16566.
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2409>
- Arfah, Y., Nasution, B., & Siregar, R. J. (2022). *Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional*. <https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAQBAJ>
- Arianto, B. (2024). *Pemasaran Media Sosial*. <https://doi.org/10.70310/cqw40j81>
- Bimantara, I. M. W. (2021). Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 108. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32312>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=Pr2VEAAQBAJ>
- Damayanti, A. F., Sudarwati, & Istiqomah. (2023). *Keputusan Pembelian Ditinjau dari Store Atmosphere, Variasi Produk, dan Fasilitas Kedai Kopi Cold 'N Brew Wahidin Surakarta*. 5(4), 1007–1014. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i4.2052>
- Dr. Drs. H. Rifa'i Abubakar, M. . (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian* (1st ed.). SUKA-Press.
- Dr. H. Soesanto, S. T. P. M. M. T. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN Perspektif Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Merek*. Uwais Inspirasi Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=JbgUEQAAQBAJ>
- Fathurohman, F., & Safitri, L. (2022). *Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/MCV6D>

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C., Sarstedt, M., Danks, N., Ray, S., & St, C. (2022). *Book Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Halimah, Q. N., & Suharyati. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 63–69.
- Hamid, R. S., Ariasih, M. P., Suarniki, N. N., Purwoko, Nurchayati, Tarmizi, A., Efdison, Z., Pasaribu, A. W., Fitriya, S., Solihin, A., Budaya, I., & Vitaloka, D. (2023). Manajemen Pemasaran Modern (Strategi dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis). In *PT Sonpedia Publishing Indonesia*. <https://books.google.co.id/books?id=ngDGEAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing, Global Edition*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=yqc5EAAQBAJ>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=zXpfzgEACAAJ>
- Lindiani, L., Registiana, I., Fajrullah, F., & Noviyanti, I. (2024). Analisis Strategi Promosi Bisnis UMKM Coffee Shop Dengan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 75–93.
- Milala Gaby A Perbina, Tambunan, Sarah Rouli, N. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung di Air Terjun Sikulikap. *Prosiding Konferensi Nasional ...*, 22–32. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/853%0Ahttps://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/download/853/414>
- Nur Indahsari, L., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 1, 51–60. <https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>
- Prasetio, A., Sidayat, M., Arifin, N., Setiawan, D., Deliana, Y., Zamrodah, Y., Julitasari, E., Putritamara, J., Widuri, N., Leilasariyanti, Y., & Asmalinda, A. (2024). *PERILAKU KONSUMEN*.
- Purnama, O. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop “Gula Kopi.” *Performa*, 8(3), 281–293. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i3.3964>
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Penerbit Widina. <https://books.google.co.id/books?id=aPwXEQAAQBAJ>
- Sagala, M. F., Leily Nasution, N., & Fitri Nasution, M. (2024). Pengaruh Fasilitas, Harga, Perilaku Konsumen, dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Pembelian

Pada Kafe Satu Jiwa Kota Pinang. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Researc*, 4(2), 8238–8255.

Secretariate General - Ministry of Agriculture Republic of Indonesia. (2023). *Statistics of Food Consumption 2023*. 1–132. https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/Buku_Statsitik_Konsu_msi_Pangan_2023.pdf

Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(2), 78–83. <https://doi.org/10.31849/jmbt.v5i2.14231>

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta. <https://books.google.co.id/books?id=0xmCnQAACAAJ>

Suhardi, M., & M. Hidayat, M. R. P. M. (2023). *Buku ajar Dasar Metodologi Penelitian*. Penerbit P4I. <https://books.google.co.id/books?id=nhCmEAAAQBAJ>

Susilaningtyas, W. H., Budiono, K., & Fansuri, H. (2021). Pengaruh Harga, Word of Mouth, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Cak Kebo Summersari Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Informatika*, 2(5), 14–23.

Tjiptono, F. (2022). *SERVICE MANAGEMENT: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=6n6REAAAQBAJ>

Wardhana, A. (2024). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA DIGITAL PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.

Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.

Ananta, K. R., Kualitas, D. A. N., Terhadap, P., & Pakam, D. I. L. (2024). *Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kopi kenangan di lubuk pakam*. 7(2016), 16563–16566.

Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2409>

Arfah, Y., Nasution, B., & Siregar, R. J. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAAQBAJ>

Arianto, B. (2024). *Pemasaran Media Sosial*. <https://doi.org/10.70310/cqw40j81>

Bimantara, I. M. W. (2021). Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik. *Jurnal Pendidikan*

- Ekonomi Undiksha*, 13(1), 108. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32312>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=Pr2VEAAAQBAJ>
- Damayanti, A. F., Sudarwati, & Istiqomah. (2023). *Keputusan Pembelian Ditinjau dari Store Atmosphere, Variasi Produk, dan Fasilitas Kedai Kopi Cold 'N Brew* Wahidin Surakarta. 5(4), 1007–1014. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i4.2052>
- Dr. Drs. H. Rifa'i Abubakar, M. . (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian* (1st ed.). SUKA-Press.
- Dr. H. Soesanto, S. T. P. M. M. T. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN Perspektif Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Merek*. Uwais Inspirasi Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=JbgUEQAAQBAJ>
- Fathurohman, F., & Safitri, L. (2022). *Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/MCV6D>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C., Sarstedt, M., Danks, N., Ray, S., & St, C. (2022). *Book Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Halimah, Q. N., & Suharyati. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 63–69.
- Hamid, R. S., Ariasih, M. P., Suarniki, N. N., Purwoko, Nurchayati, Tarmizi, A., Efdison, Z., Pasaribu, A. W., Fitriya, S., Solihin, A., Budaya, I., & Vitaloka, D. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern (Strategi dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis)*. In *PT Sonpedia Publishing Indonesia*. <https://books.google.co.id/books?id=ngDGEAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing, Global Edition*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=yqc5EAAAQBAJ>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=zXpfzgEACAAJ>
- Lindiani, L., Registiana, I., Fajrullah, F., & Noviyanti, I. (2024). Analisis Strategi Promosi Bisnis UMKM Coffee Shop Dengan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 75–93.
- Milala Gaby A Perbina, Tambunan, Sarah Rouli, N. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung di Air Terjun Sikulikap. *Prosiding Konferensi Nasional ...*, 22–32. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/853%0Ahttps://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/download/853/414>

- Nur Indahsari, L., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 1, 51–60. <https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>
- Prasetio, A., Sidayat, M., Arifin, N., Setiawan, D., Deliana, Y., Zamrodah, Y., Julitasari, E., Putritamara, J., Widuri, N., Leilasariyanti, Y., & Asmalinda, A. (2024). *PERILAKU KONSUMEN*.
- Purnama, O. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop “Gula Kopi.” *Performa*, 8(3), 281–293. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i3.3964>
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Penerbit Widina. <https://books.google.co.id/books?id=aPwXEQAQBAJ>
- Sagala, M. F., Leily Nasution, N., & Fitri Nasution, M. (2024). Pengaruh Fasilitas, Harga, Perilaku Konsumen, dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Satu Jiwa Kota Pinang. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Researc*, 4(2), 8238–8255.
- Secretariate General - Ministry of Agriculture Republic of Indonesia. (2023). *Statistics of Food Consumption 2023*. 1–132. https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/Buku_Statsitik_Konsumsi_Pangan_2023.pdf
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(2), 78–83. <https://doi.org/10.31849/jmbt.v5i2.14231>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta. <https://books.google.co.id/books?id=0xmCnQAACAAJ>
- Suhardi, M., & M. Hidayat, M. R. P. M. (2023). *Buku ajar Dasar Metodologi Penelitian*. Penerbit P4I. <https://books.google.co.id/books?id=nhCmEAAAQBAJ>
- Susilaningtyas, W. H., Budiono, K., & Fansuri, H. (2021). Pengaruh Harga, Word of Mouth, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Cak Kebo Summersari Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Informatika*, 2(5), 14–23.
- Tjiptono, F. (2022). *SERVICE MANAGEMENT: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=6n6REAAAQBAJ>
- Wardhana, A. (2024). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA DIGITAL PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga

Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.

Al-Fajri, D. S. (2024). Kopi Kenangan bersama segelas cappuccino: Kedai kopi dan jenis kopi yang diminati Gen Z. GoodStats.id. <https://goodstats.id/article/kopi-kenangan-bersama-seglas-cappuccino-kedai-kopi-dan-jenis-kopi-yang-diminati-gen-z-boBqI>.

Yonatan, A. Z. (2024). Survei GoodStats: Kopi jadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia. GoodStats.id. <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-kopi-jadi-bagian-dari-kehidupan-masyarakat-indonesia-D5iBT>.

Putri, V. H. (2024). Daya tarik kedai kopi di mata anak muda 2024: Kebiasaan pengeluaran dan alasan mereka. GoodStats.id. <https://goodstats.id/article/daya-tarik-kedai-kopi-di-mata-anak-muda-2024-kebiasaan-pengeluaran-dan-alasan-mereka-ZTfhp>.

Purnomo, A. K. (2019). Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS. Surabaya: Jakad Publishing.