

DAFTAR PUSTAKA

- Abhista, M. F. (2024). *Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap minat beli ulang point coffee stasiun gubeng lama surabaya*.
- Amalia, A. R. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lipstik Maybelline (Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammaadiyah Palu). *Jurnal Kolaboratif SAINS*, 7(1), 526–532.
- Anonymous. (2023). *Strategi Marketing Jago Coffee, Kopi Viral Kekinian dengan Konsep Bisnis Unik*. <https://bithourproduction.com/blog/strategi-marketing-jago-coffee/>
- APINDO. (2021). *Laporan Tahunan 2021*.
- Badriawan, A. S., & Nona, F. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Kopi Nako Summarecon Bekasi. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(5), 566–577.
- Caecilia Sheryl. (2025). *Kopi Sejuta Jiwa, Inovasi Kopi Praktis Pilihan Gen Z*. 4 Mei 2025. <https://www.kompasiana.com/caeciliasheryl13446/6817996dc925c4218d446322/kopi-sejuta-jiwa-inovasi-kopi-praktis-pilihan-gen-z>
- Ferdinand, D. B. A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. AGFBooks-UndipPress.
- Haq, A. Z. U. (2024). *Kala Kopi Keliling Jadi Tren Muda Mudi Semarang*. <https://www.detik.com/jateng/berita/d-7608756/kala-kopi-keliling-jadi-tren-muda-mudi-semarang/1>
- Hasibuan, K. A., Nasution, S. L., & Halim, A. (2023). Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Café Ayos Coffe Rantauprapat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(3), 2979–2989.
- Ibrahim, A. M. (2021). *Kopi olahan dan rumahan lebih diminati saat pandemi COVID-19*. ANTARA 2024. <https://jatim.antaranews.com/berita/496222/kopi-olahan-dan-rumahan-lebih-diminati-saat-pandemi-covid-19>
- Juniarsih, D., Wulandari, N., Esdhona, H., Ulu, P., & Jesika, S. (2022). Pengaruh

Penetapan Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Ayam Geprek 4 Dara Dusun Suka Jaya. *Jurnal Administrasi Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 64–72.

Karima, A. R. (2024). *Mengapa Fore banyak diminati banyak orang? Apa rahasia penjualan dan marketingnya?*

Kotler, & Armstrong. (2018). Principles of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Airlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Pearson Boston,.

Kotler, P., Kelller, L. K., & Chernev, A. (2021). Marketing Management. In *Pearson*.

Kurniawan, E., & Madilistiyatno, H. (2023). Strategi Pemasaran Kopi Starlink (Kopi Keliling) di Wilayah Jabotabek Menghadapi Persaingan di Era Globalisasi. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (Online)*, 3(2), 1350–1356.

Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi*.

Laela, E. (2021). Kualitas makanan, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap minat pembelian ulang pada rumah makan Ciganea Purwakarta. *Eqien*, 8(1), 391920.

Lawitani, K. D., Wibowo, R. K., Syahba, A. Y., Putri, I. M., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis: Studi Kasus pada Industri Makanan dan Minuman Perusahaan Indonesia. *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)*, 2(2), 1–8.

Malline Food. (2024). *Kopi Keliling: Inovasi yang Mengubah Struktur Industri Kopi Indonesia*. Malline Food. https://malline.id/business/2024/09/818/kopi-keliling-inovasi-yang-mengubah-struktur-industri-kopi-indonesia/?srsltid=AfmBOop-B0U1-XDW2anqez50ZHJHwI0T_Dsrz8Nqc0_OXDcoO3Ao1R4I

Marliyanti, N. (2023). *Pengaruh Life Style, Brand Image dan Persepsi Harga*

Terhadap Repurchase Intention Kopi Ready To Drink (RTD).

- Mustika, Y. A. (2023). *Data Konsumsi Kopi di Indonesia 2023 Refrensi Bisnis*. <https://ottencoffee.co.id/majalah/data-konsumsi-kopi-di-indonesia-tahun-2023?srsId=AfmBOorH2L-RDP8PmtD9YY660tM5UkhlHzPl1SyQDkZxkDy7OD9UeqPp>
- Muzayyana, K. (2024). *Inovasi Kopi Keliling: Startup Kopi Menyusuri Jalanan Jabodetabek*. <https://javatekno.co.id/news/inovasi-kopi-keliling-startup-kopi-menyusuri-jalanan-jabodetabek>
- Naufal, I. (2024). *GAPMMI Catat Potensi Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di 2024*. <https://www.inilah.com/gapmmi-catat-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-di-2024>
- Ningtiyas, A., Faizah, S. N., Mustikasari, M., & Bastian, I. (2021). Pengukuran Usability Sistem Menggunakan Use Questionnaire pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Ilmiah KOMPUTASI*, 20(1), 101–108.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer (Vol. 1). Xii (Cetakan Ke)*. Alfabeta.
- Priyanto, D. (2014). *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Gava Media.
- Pujiati, H., Yosepha, S. Y., & Aditia, Y. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap minat beli kopi kenangan pada mall ambassador, jakarta selatan. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 6(2), 88–100.
- Purwanto, A. (2024). *Mengapa Kafe dan Kedai Kopi Kian Marak di Indonesia?* <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/08/15/mengapa-kafe-dan-kedai-kopi-kian-marak-di-indonesia>
- Putra, A. M. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Kedai Kopi Nusantara Samarinda. *Skripsi*.
- Putra, D. E. (2023). *Pengaruh Citra, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Harga dan Kemasan Terhadap Minat Beli Pada Produk Starbucks Kaleng*. 13(1), 1–172.

- Putri, T. J. (2023). *Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Coffe Paste Bekasi*.
- Raflianto, A. A., & Riskarini, D. (2024). Analisi Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Konsumen Kopi Nako Kebon Jati Kabupaten Bogor Jawa Barat Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Media Intervening (Studi Kasus Kopi Nako Kebon Jati Bogor Sebagai Destinasi Healing Pelang). *ECOBESTHA*, 3, 236–254.
- Redaksi Ilmiah. (2024). *Tren Minum Kopi di Indonesia Naik Tajam, Kembangkan Budaya Konsumsi Kopi Lokal*. <https://ilmiah.id/tren-minum-kopi-di-indonesia-naik-tajam-kembangkan-budaya-konsumsi-kopi-lokal/>
- Riyanti, A. S., Zulistiani, & Hery Purnomo. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa di Nganjuk*.
- Rully. (2024). *7 Pehuang Usaha di Surabaya yang Menjanjikan*.
- Safitri, N. A. (2023). *Manajemen pemasaran*. IAIN Palangka Raya.
- Sahla, H., Sayuti, M., & Syahputra, R. (2019). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir*, 5(2), 57–61.
- Septiani, V. A., Wijayanti, C. I., Larasati, U., Nazhiifah, A. K., & Zuhri, S. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Pada Kopi Keliling Sebagai Alternatif Gaya Hidup Gen Z. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(4), 71–80.
- Solomon, M. (2020). Consumer Behavior Buying, Having, and Being. In *Pearson* (Issue April).
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif. *Kualitatif, Dan Tindakan*, 189–190.
- Sujarweni. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi: Pendekatan Kuantitatif*. Pustakabarupress.
- Titania, R. A. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada Ruang Ketiga Coffe Shop Tanjung Pinang*.

- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip Penerapan dan Penelitian)*. Andi.
- Wardani, E. K., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Pelanggan Kedai Kopi Janji Jiwa Di Kota Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6631–6639.
- Wiyanti, S., Rahma, M. Y., Putri, P. K. B. R., & Pramushinta, A. D. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Coffeeshop Budaya Kopi Kota Tegal. *Ebisnis Manajemen*, 3(1), 8–21.
- Yusuf, M. A., Sentosa, E., & Marnis, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Pilu Basuki Rachmat Jakarta Timur. *Ikraith-Ekonomika*, 5(1), 10–19.

