

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Huriartanto, D. H. (2015). Pengaruh Motivasi Dan Persepsi Konsumen Terhadap. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab) Vol. 28 No. 1*.
- Aditya Huriartanto, D. H. (2015). Pengaruh Motivasi Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*.
- Agvi Ramadhan Kurniawan, I. (2015). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas,. *Diponegoro Journal Of Management*, 5.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Motivasi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone-Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*.
- Amirullah, A. H. (2017). Pengaruh Motivasi Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer . *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Amstrong, K. &. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Annur, C. M. (2020). *Peluang Wanginya Industri Kopi Indonesia Usai Pandemi*. Jakarta: Katadata.
- Arifin, E. &. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Motivasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Azwar, S. (2018). *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2019). *Reliabilitas Dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2020). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Bayu, D. J. (2020). 6 Sektor Usaha Paling Terdampak Saat Pandemi Corona. *Katadata.Co.Id*. Jakarta: Badan Pusat Statistik (Bps).
- Chi, H. K. (2009). The Impact Of Brand Awareness On Customer Purchase Intention: The Mediating Effect Of Received Quality And Brand Loyalty. *The Journal Of International Management Studies Vol 4*.
- Dahwilani, D. M. (2019). *Data Dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian Di Indonesia*. Jakarta: Inews.Id. Diambil Kembali Dari <https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>
- Effendi, D. U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ekarina. (2020). Tren Bisnis Kedai Kopi 2021: Harga Makin Terjangkau, Kualitas Bersaing. *Katadata.Co.Id*.
- Faisal Cahya Pramudiya, A. S. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap keputusan Pembelian Suzuki Satria F150 Dikabupaten Karawang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 146-148.
- Fitriani, S. D. (2020). Konsumsi Kopi Di Indonesia Naik 44%. *Investor.Id*.
- Harjati, L. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop. *E-Journal Widya Ekonomika*.
- Hermawan. (2017). Pengaruh Motivasi Dan Persepsi Kualitas Serta Sikap Konsumen. *Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945*.

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Keller, K. &. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mauliansyah, R. (2015). Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.4, No.1*.
- Minor, J. C. (2001). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Perdagangan, K. (2020). Indonesia Dorong Komitmen Bersama Untuk Sektor Ekonomi Kopi Global. *Siaran Pers Kementerian Perdagangan*. Jakarta: Kemendag.Go.Id.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ri, K. K. (2020). *Menjaga Ekonomi Indonesia Terhadap Dampak Negatif Pandemi Covid-19*. Jakarta.
- Rosadi, D. (2020). *Tren Minum Kopi Sebagai Gaya Hidup*. Jakarta: Kumparan. Diambil Kembali Dari <https://Kumparan.Com/Dodirosadi007/Tren-Minum-Kopi-Sebagai-Gaya-Hidup-1unr9kcdik7/Full>
- Safitri, A. M. (2019). Masyarakat Indonesia Doyan 'Ngopi', Tapi Apakah Jumlahnya Sudah Aman? *Honestdocs.Id*.
- Septianingrum, A. (2019). *Ini 5 Merek Es Kopi Paling Enak Menurut Generasi Milenial*. Jakarta: Gensindo.

- Septianingrum, A. (2019). Ini 5 Merek Es Kopi Paling Enak Menurut Generasi Milenial. *Gensindo*.
- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Stanley Lemeshow, D. W. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Tambunan K, W. L. (2012). Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto . *Disertasi Doktor Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.
- Widiyanti, W. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Motivasi Dan Media Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ninebox . *Jurnal Humaniora Cakrawala*.
- Wijaya, L. (2021). Studi Brand Positioning Toko Kopi Kekinian Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis KARAWANG*.
- Wulandari, R. D. (2018). Pengaruh Motivasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb)*.

