

**PREFERENSI DAN KEPUTUSAN GENERASI Z (ZOOMER) DALAM
MENGONSUMSI KOPI RACIK (STUDI KASUS CAFÉ KOPI TUWO
KOTA MALANG)**

SKRIPSI

Oleh :

ALVAROHATUL FADILLAH MANSUR

221.010.32.013



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

2025

**PREFERENSI DAN KEPUTUSAN GENERASI Z (ZOOMER) DALAM
MENGONSUMSI KOPI RACIK (STUDI KASUS CAFÉ KOPI TUWO
KOTA MALANG)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian (S-1)

Oleh :

ALVAROHATUL FADILLAH MANSUR

221.010.32.013



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2025

RINGKASAN

Preferensi dan Keputusan Generasi Z (Zoomer) dalam Mengonsumsi Kopi Racik (Studi Kasus Café Kopi Tuwo Kota Malang). Dosen Pembimbing: 1. Dr. Dwi Susilowati, SP., MP., 2. Ir. M. Noerhadi Sudjoni, MBA, MP.

Kopi merupakan komoditas hasil perkebunan yang memiliki aroma dan rasa yang khas. Selain itu, komoditas kopi memiliki nilai ekonomis tinggi di Indonesia. Potensi komoditas kopi yang tinggi di Indonesia belum sejalan dengan tingkat konsumsinya. Menurut Data Kementerian Pertanian (Kementan) yang diolah Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin) menyatakan bahwa Indonesia memiliki peta jalan produksi, ekspor, konsumsi komoditas kopi hingga tahun 2026. Rinciannya, produksi kopi mencapai 793,19 ribu ton pada 2022 dengan ekspor bersih sebesar 413,53 ribu ton dan konsumsi diproyeksikan sebesar 379,655 ribu ton. Namun, proyeksi tahun berikutnya akan menunjukkan penurunan konsumsi kopi dengan estimasi 372,6 ribu ton pada 2023 dan diprediksi akan terus menurun sampai pada tahun 2026 dengan estimasi konsumsi kopi sebanyak 361 ribu ton (Santika, 2024). Penurunan konsumsi kopi juga terjadi di Kota Malang khususnya di Café Kopi Tuwo. Penjualan kopi racik di Café Kopi Tuwo mengalami penurunan namun tetap masih dipenuhi oleh pengunjung yang mayoritas sebagai mahasiswa dan termasuk dalam generasi Z. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan 1. Untuk mengetahui preferensi generasi Z di Café Kopi Tuwo Kota Malang dalam mengonsumsi kopi racik 2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan generasi Z di Café Kopi Tuwo Kota Malang untuk mengonsumsi kopi racik.

Penelitian dilakukan pada bulan Februari-April 2025 berlokasi di Café Kopi Tuwo, Kota Malang Provinsi Jawa Timur. Penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap pengunjung Café Kopi Tuwo yang merupakan generasi Z. Adapun jumlah pengunjung yang digunakan sebagai sampel adalah sejumlah 100 orang. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan Café Kopi Tuwo berada di lokasi yang cukup strategis karena dikelilingi oleh beberapa perguruan tinggi di Kota Malang sehingga pelanggan yang datang sebagian besar merupakan dari kalangan mahasiswa. Adapun metode pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yakni dengan mewawancarai pengunjung yang ditemui pertama dan seterusnya oleh peneliti. Untuk mengetahui preferensi generasi Z terhadap produk kopi racik di Café Kopi Tuwo menggunakan analisis konjoin sedangkan analisis regresi logistik digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan generasi Z terhadap konsumsi produk kopi racik di Café Kopi Tuwo. Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari hasil wawancara kepada mahasiswa sebagai responden.

Berdasarkan hasil analisis konjoin diketahui Preferensi generasi Z dalam mengonsumsi kopi raci di Café Kopi Tuwo menyukai produk kopi dengan jenis manual brew yang memiliki rasa pahit dibayar secara tunai dan harganya murah < Rp10.000 serta disajikan pada gelas *dine in*. Nilai kepentingan atribut yang terbesar adalah atribut varian rasa sehingga atribut tersebut adalah atribut yang paling penting apabila dibandingkan dengan atribut lain yang ada pada penelitian. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan dalam keputusan generasi Z dalam mengonsumsi kopi racik di Café Kopi Tuwo adalah variabel pendapatan (X_1),

pelayanan (X_2) dan atribut produk (X_3). Sedangkan variabel yang tidak memiliki pengaruh pada keputusan generasi Z dalam mengonsumsi kopi racik di Café Kopi Tuwo adalah variabel promosi (X_4), gaya hidup (X_5), pekerjaan (X_6) dan pendidikan (X_7).

Saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah 1. Kepada produsen yakni Café Kopi Tuwo dapat memperhatikan kombinasi produk kopi yang menjadi preferensi generasi Z dalam mengonsumsi kopi disana sehingga pemilik Café dapat memperhatikan produk tersebut 2. Selain memperhatikan preferensi, produsen juga harus memperhatikan target pasar yang mana menunjukkan pendapatan pengunjung, pelayanan dan atribut produk yang menjadi faktor penentu keputusan konsumsi generasi Z dalam mengonsumsi kopi racik di Café Kopi Tuwo. 3. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terhadap variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti variabel motivasi, aspek kesehatan dan trend mengonsumsi kopi untuk pengembangan penelitian lebih luas.



BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi merupakan komoditas hasil perkebunan yang memiliki aroma dan rasa yang khas. Selain itu, komoditas kopi memiliki nilai ekonomis tinggi di Indonesia. Komoditas Kopi ini berperan penting di Indonesia sebagai sumber devisa negara (Wanto, *et al.*, 2023). Indonesia merupakan produsen sekaligus konsumen penting terhadap komoditas kopi serta menduduki urutan keempat setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia (Rohmah & Subari, 2021). Menurut data Indonesia Coffee Festival (2021) menyatakan bahwa negara Indonesia menjadi produsen kopi robusta dan arabika. Adapun jumlah 2 jenis kopi tersebut telah diproduksi sebesar 600 ribu ton/tahun dari 1,3 juta Ha kebun rakyat (Wiranata, *et al.*, 2021).

Potensi komoditas kopi yang tinggi di Indonesia belum sejalan dengan tingkat konsumsinya. Menurut Data Kementerian Pertanian (Kementan) yang diolah Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin) menyatakan bahwa Indonesia memiliki peta jalan produksi, ekspor, konsumsi komoditas kopi hingga tahun 2026. Rinciannya, produksi kopi mencapai 793,19 ribu ton pada 2022 dengan ekspor bersih sebesar 413,53 ribu ton dan konsumsi diproyeksikan sebesar 379,655 ribu ton. Namun, proyeksi tahun berikutnya akan menunjukkan penurunan konsumsi kopi dengan estimasi 372,6 ribu ton pada 2023 dan dipreklisikan akan terus menurun sampai pada tahun 2026 dengan estimasi konsumsi kopi sebanyak 361 ribu ton (Santika, 2024).

Penurunan konsumsi kopi juga terjadi di Kota Malang khususnya di Café Kopi Tuwo. Café tersebut merupakan salah satu lokasi untuk menikmati kopi di Kota Malang dengan pengunjung mulai anak remaja hingga orang tua karena memiliki lokasi yang sejuk dan nyaman. Seiring adanya penurunan konsumsi kopi di Café Kopi Tuwo tidak sebanding dengan adanya peningkatan pertumbuhan jumlah penduduk di wilayah Kota Malang. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Malang (2023) menyatakan bahwa jumlah penduduk Kota Malang semakin bertambah setiap tahunnya. Berikut merupakan data pertumbuhan jumlah penduduk di Kota Malang pada tahun 2019-2023 (Statistik, 2024):

Tabel 1. Data Pertumbuhan Jumlah Penduduk Kota Malang 2020-2023

Kecamatan	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023
Kedungkadang	207.428,0	208.075,0	208.741,0	209.375,0
Sukun	196.300,0	196.487,0	196.689,0	196.860,0
Klojen	94.112,0	94.072,0	94.139,0	93.990,0
Blimbing	182.331,0	182.504,0	182.693,0	182.851,0
Lowokwaru	163.639,0	163.795,0	163.964,0	164.106,0
Malang	843.810,0	844.933,0	846.126,0	847.182,0

Sumber: Data Badan Pusat Statistik (2024)

Menurut data BPS (2024) menyatakan bahwa jumlah penduduk Kota Malang semakin meningkat setiap tahunnya. Sementara itu, generasi milenial menyumbang 68,90 juta orang, atau 25,87 persen dari total penduduk (Statistik, 2019). Generasi Z didefinisikan sebagai orang-orang yang lahir antara tahun 1997 – 2012. Munculnya Generasi Z terkait dengan sejumlah faktor, termasuk ketersediaan pasar sasaran dan adaptasi terhadap perbedaan pola konsumsi pembelian dan perilaku konsumen. Menurut data dari Hinduan *et al.* (2020), perilaku dan preferensi konsumen mengungkapkan kecenderungan kecanduan internet dan kemampuan yang mudah terombang-ambing ke hati orang lain, menjelaskan mengapa mayoritas Generasi Z (Gen Z) lebih memilih untuk membeli secara online dan bingung ketika membuat keputusan produk.

Generasi Z merupakan kelompok pembelian yang penting karena kebanyakan dari mereka fokus pada tindakan pragmatis dan jarang berpikir dua kali sebelum melakukan pembelian. Selain itu, dalam generasi Z masih mengenal budaya ngopi bersama dengan teman maupun keluarga yang mengakibatkan konsumsi kopi tetap merajalela di kalangan remaja mahasiswa generasi Z era sekarang. Budaya ngopi yang merajalela di kalangan remaja khususnya pada generasi Z juga terjadi di daerah Kota Malang Jawa Timur yang mayoritas memiliki status sebagai mahasiswa. Salah satu café yang digunakan untuk menikmati kopi dan melestarikan budaya ngopi yakni café kopi tuwo.

Café Kopi tuwo merupakan salah satu café di Kota Malang yang menyediakan berbagai macam kopi siap minum. Penjualan kopi racik di Café Kopi Tuwo mengalami penurunan namun tetap masih dipenuhi oleh pengunjung yang mayoritas sebagai mahasiswa dan termasuk dalam generasi Z. Adapun data

pengunjung dan penjualan kopi racik di Café Kopi Tuwo pada 3 bulan terakhir tahun 2024 yakni sebagai berikut:

Tabel 2. Data Pertumbuhan Jumlah Penduduk Kota Malang 2020-2023

Bulan	Jumlah Pengunjung	Penjualan Kopi Racik
Oktober	975	227
November	1.200	182
Desember	1.654	136
Jumlah	3.829	545

Sumber Data: Data Penjualan Kopi Racik Café Kopi Tuwo (2024)

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai preferensi dan keputusan generasi Z dalam mengonsumsi kopi racik di Café Kopi Tuwo. Hasil penelitian akan didapatkan kopi yang sesuai keinginan generasi Z yang diharapkan nantinya dapat memberikan dorongan kepada generasi Z untuk mengonsumsi kopi racik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi generasi Z di Café Kopi Tuwo Kota Malang dalam mengonsumsi kopi racik?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan generasi Z di Café Kopi Tuwo Kota Malang untuk mengonsumsi kopi racik?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui preferensi generasi Z di Café Kopi Tuwo Kota Malang dalam mengonsumsi kopi racik.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan generasi Z di Café Kopi Tuwo Kota Malang untuk mengonsumsi kopi racik.

1.4. Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produk kopi yang digunakan dalam penelitian ini adalah produk kopi racik.
2. Lokasi penelitian adalah di Café Kopi Tuwo Kota Malang.

3. Topik dan pembahasan penelitian adalah mengenai preferensi dan faktor yang mempengaruhi generasi Z terhadap konsumsi kopi racik.
4. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah generasi Z yang berusia 15-28 tahun dan berada di Kota Malang yang pernah berkunjung ke Café Kopi Tuwo dan mengonsumsi kopi racik setidaknya 1 kali.

1.5. Manfaat dan Output Penelitian

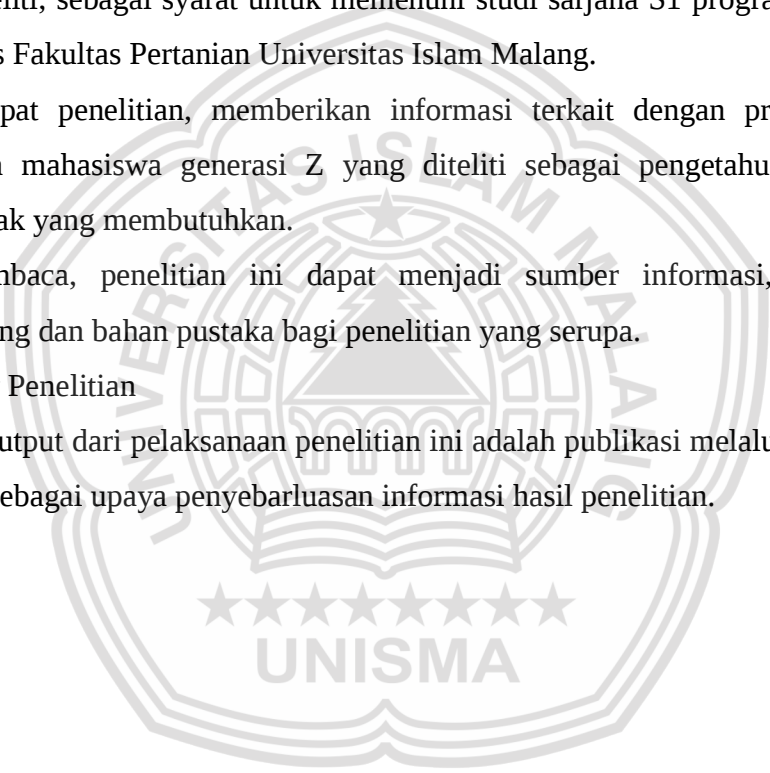
1.5.1. Manfaat Penelitian

Dalam penyusunannya penelitian ini dilaksanakan dengan maksud untuk memiliki nilai guna terhadap:

1. Bagi peneliti, sebagai syarat untuk memenuhi studi sarjana S1 program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.
2. Bagi tempat penelitian, memberikan informasi terkait dengan preferensi konsumen mahasiswa generasi Z yang diteliti sebagai pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.
3. Bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi, bahan pembandingan dan bahan pustaka bagi penelitian yang serupa.

1.5.2. Output Penelitian

Adapun output dari pelaksanaan penelitian ini adalah publikasi melalui media jurnal Seagri sebagai upaya penyebarluasan informasi hasil penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Adelawati, K. (2021). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Brastagi Supermarket Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian (JIMTANI)* , 1 (2).
- Al Farisi, M. S., 2020. Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal di Dusun Mlangi Yogyakarta. *JMBK*, Volume 1, pp. 60-75.
- Alsabiyah, T., 2019. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Brawijaya yang menggunakan Sepatu Sneakers Merek Converse). *Jurnal Administrasi Bisnis*, pp. 106-113.
- Ananthama, D., Prasetyo, E., & Mukson, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Susu Sapi Pasteurisasi Di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Agristan* , 4(1), 11-29.
- Angriva, S., & Sunyigono, A. K. (2020). Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Produk Madu PT. Kembang Joyo. *Jurnal Agriscience* , 1(1), 186-199.
- Astuti, E. P., Masyhuri., & Mulyo, J. (2019). Analisis Sikap Konsumen Pasar Swalayan Terhadap Sayuran Organik. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* , 3(1), 183-194.
- Astriana, N., Purwitasari, P. & Menungsa, A. S., 2024. Peran Komunikasi Keluarga dalam Membina Perilaku Menyimpang Remaja. *JISDIK: Jurnal Ilmiah Ilmu sosial dan Pendidikan*, Meri, Volume 02 (02), pp. 223-228.
- Azmansyah & Arief, E., 2017. Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Sumber Finansial di Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, Volume 28, pp. 81-91.
- BPS., 2024. *Penduduk, Laju Pertumbuhan Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk, Kepadatan Penduduk, dan Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Provinsi*. [Online]
Available at: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/V1ZSbFRUY3lTbFpEYTNsVWNGcDZjek53YkhsNFFUMDkjMw==/penduduk--laju-pertumbuhan-penduduk--distribusi-persentase-penduduk--kepadatan-penduduk--rasio-jenis-kelamin-penduduk-menurut-provinsi--2024.html?year=2020>
[Accessed 19 Januari 2025].
- BPS., 2024. *Penduduk, Laju Pertumbuhan Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk Kepadatan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Malang, 2023*. [Online]
Available at: <https://malangkota.bps.go.id/id/statistics-table/3/V1ZSbFRUY3lTbFpEYTNsVWNGcDZjek53YkhsNFFUMDkjMw==/penduduk--laju-pertumbuhan-penduduk--distribusi-persentase-penduduk-->

kepadatan-penduduk--rasio-jenis-kelamin-penduduk-menurut-kecamatan-di-kota-malang--202

[Accessed 24 Januari 2025].

Ghefira, Q., Priyanto, E. & Amir, I., 2023. Pengaruh Atribut, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan Merek Indocafe di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, Volume 23(1), pp. 99-107.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hakim, A., 2006. *Manajemen Industri*. s.l.:Andi Offset.

Handayani, R., 2020. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trusmedia Grafika.

Handojo, K. J., & Santoso, N. E. (2022). Dampak Atribut Produk, Viralty, dan Rekomendasi terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Journal of Management and Bussines*, 4(2), 1362-1372.

Hardini, R., & Pratiwi, Y. (2022). The Effect of Product Quality, Brand Image, and Social Media Influencers on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Social Media Instagram in DKI Jakarta. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5(2), 11869-11878.

Hinduan, Z. R., Anggraeni, A. & Agia, M. I., 2020. In The New Generation Z in Asia: Dynamics, Differences, Digitalisation. *Generation Z in Indonesia: The Self-driven digital*.

Ikmanila, R., Mukson, S., & Setiyawan, H. (2018). Analisis Preferensi Konsumen Rumah Tangga Terhadap Teh Celup di Kota Semarang. *Jurnal Optimum*, 8(1), 1-14.

Ilhami, M. W., Nurfajriani, W. V., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Penerapan metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 462-469.

Intany, A. A., Sudjoni, M. N., & Maula, L. R. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumsi Generasi Z Terhadap Prosuk Mi Instan (Studi Kasus di Mi Gacoan Tlogomas Kota Malang). *Jurnal Ketahanan Pangan*, 7(2), 294-301.

Karunia, C. & Ardiansyah, I., 2024. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gen Z di Kopi Nako Rawamangun. *Journal of Social and Economics Research*, pp. 247-262.

Kotler, P. & Armstrong, G., 2017. *Principles of Marketing*. 17 ed. America: Pearson Education.

- Khoiriyah, N. M., Hindarti, S., & Rianti, T. S. (2023). Preferensi Masyarakat Terhadap Konsumsi Minuman Sehat di Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* , 1(3).
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran* (Vol. Jilid I). (A. S. Molan, Trans.) Jakarta: Prenhalindo.
- Lamunuhia, S. F., 2018. Pengaruh Audit Tenure, Rotasi Kap, Ukuran Perusahaan Klien dan Spesialisasi Auditor Terhadap Kualitas Audit.
- Lini, N., Efendi, B., Purwanto, H. & Yudianto, A., 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Jipang Ibu Binem Di Besani, Kabupaten Wonosobo). *MAGNA (Journal Economic, Management and Business*, Juli, Volume 3 (02), pp. 23-30.
- Maharani, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *Jurnal Manajemen* , 2(1), 10-22.
- Nasib, Tambunan, D. & S., 2020. *Perilaku Konsumen (Studi dalam Pemilihan Perguruan Tinggi)*. Yogyakarta: Nuta Media.
- Nawawi, M., Basalamah, M. R. & Wahono, B., 2025. Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Shegoo. *JRM: Jurnal Riset Manajemen*, Volume 13 (02), pp. 410-417.
- Prakosa, A., 2019. Generasi third wave coffe: Perspektif Milenial Terhadap Kopi Gelombang Ketiga. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, pp. 106-118.
- Prastiwi, W. D., & Setiyawan, H. (2016). Perilaku Konsumsi Susu Cair Masyarakat di Daerah Perkotaan dan Pedesaan. *Jurnal Agriekonomika* , 5(1), 41-53.
- Priansa, D. J., 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Purnama, J., Lia, M. & Taufan, H., 2019. *Ilmu Pengetahuan Sosial*. Bandung: Yrama Widya.
- Rahardjo, S. A. (2017). Analisis Atribut yang Menjadi Preferensi Konsumen dalam Memilih Produk HOMDS Teh Hijau. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* , 1(6), 739-745.
- Rahmawati, M. A. & Fibrianto, K., 2018. Karakterisasi Sensori Kopi Robusta Dampit: Kajian Pustaka. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, Volume 6(01), pp. 75-79.
- Ramadhan, A., Rahim, R. & Utami, N. N., 2023. *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)*. Medan: Cv. Tahta Media Group.

- Ramadhan, M., 2021. *Metode Penelitian*. s.l.:Cipta Media Nusantara.
- Rizwan, M., 2021. *Budidaya Kopi*. 1 ed. Pasaman Barat: CV. Azka Pustaka.
- Rohmah, A. N. & Subari, S., 2021. Preferensi Konsumen terhadap Produk Minuman Kopi di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya. *AGRISCIENCE*, Volume 1, pp. 548-562.
- Ruslan, M. R., Yoesdiarti, A., & Miftah, H. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Bogor di Tiga Kedai Kopi Bogor. *Jurnal Agribisains* , 6(2), 101-114.
- Samosir, M. V. (2016). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. *Skripsi. Sumatera Utara* .
- Santika, E. F., 2024. *Gambaran Produksi , Ekspor, Konsumsi Kopi Indonesia hingga 2026*. [Online] Available at: <https://databoks.katadata.co.id/agroindustri/statistik/a927a4885a13422/ini-gambaran-produksi-ekspor-konsumsi-kopi-indonesia-hingga-2026> [Accessed 19 Januari 2025].
- Sanjaya, T., & Hastoko, Y. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Pizza Hut Komsen Jatiasih Bekasi. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* , 317-330.
- Sativa, R. D. O., 2019. Analisis Pengambilan Keputusan Petani dalam Memilih Varietas Padi (Kasus Kecamatan Pakel, Kabupaten Tulungagung). In: *Tesis*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L., 2020. *Consumer Behavior (12th ed)*. s.l.:pearson.
- Simamora, H., 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sugiono, 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sundari, R., & Umbara, D. (2019). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Agroindustri Abon Ikan. *Jurnal Mebis* , 4(1), 36-43.
- Suwarni, Rahma, T. I. F. & Harahap, R. D., 2024. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Rumah Tangga Petani Di Kecamatan Pantai Cermin. *SPEKTRUM: Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, Volume 4 (01), p. hal. 667.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. CV. Andi Offset.

- Tjiptono, F., 2020. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vidya, C., Nisa, F. Z. & Palupi, I. R., 2018. Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta Terhadap Atribut Produk Minuman Kesehatan. *Jurnal Keolahragaan*, Volume 6, pp. 184-192.
- Wanto, H. S., K. & Hidayat, M., 2023. Preferensi Konsumen Olahan Tradisional Kopi Robusta Wilayah Gresik. *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis (JISA)*, Volume 23 (02), pp. 76-85.
- Wiranata, T. E., Sumiati, R., R. & Yetri, Y., 2021. Rancangan Bangun Mesin Pulper Kopi Menggunakan Penggerak Motor Listrik. *Jurnal Teknik Pertanian Lampung*, Volume 10 (01), pp. 26-32.
- Widagdo, N., Nuraini, C., & Mamoen, M. (2022). Tingkat Kepuasan Konsumen Kedai Kopi di Kota Tasikmalaya. *Agribusiness System Scientific Journal* , 2 (1).
- Wolff, M., Tumbuan, W., & Lintong, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone pada Kaum Perempuan Milenial di Kecamatan Tahuna. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* , 10(1), 1671-1681.
- Yusyifa, Z. & Alfirdaus, L., 2024. Respon Gen Z di Media Sosial Instagram terhadap Putusan Mahkamah Konstitusi terkait dengan Persyaratan Capres/Cawapres mengenai Batasan Usia Capres/Cawapres 2024. *Journal of Politic and Government*, Volume 4(1), pp. 351-359.

