

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S. H., Fuady, I., Kuswarno, E. (2017, Juli). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta terhadap keberadaan Perda Syariah di Kota Serang. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 21 No.1, Juli: 88-101*
- Budiarti, I., dkk. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Badan Pusat Statistik. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Baharudin, H., Wahyuni, Esa, Nur. (2008). *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Bunga, Fredereca Geofanny dan Chairy. 2010. *Jurnal Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Cahya. P. (2019, Oktober). 7 Jenis Kopi Lokal Asli Indonesia yang Sukses Mendunia. diambil dari <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/putriana-cahya/7-jenis-kopi-lokal-asli-indonesia-yang-sukses-mendunia>.
- Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gunawan. I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip, 1993. Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian) Volume satu, Edisi ketujuh, Terj. Adi Zakaria Afiff, FE UI, Jakarta.
- Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta: Prenhalindo.
- Kartono, K. (1980). *Pengantar Metodologi Research Sosial*. Bandung: Penerbit Alumni
- Kurniawan. A., dkk. (2018, April). *Coffee Catalogue*. Belantara Foundation. diambil dari www.belantara.or.id.
- Masadakaty, Y. (2019, Februari). Otten Coffee. *Fore Coffee: The Next Generation Of Coffee Shop*. Diambil dari <https://majalah.ottencoffee.co.id/fore-coffee-next-generation-coffee-shop/>
- Mardalis. (2008). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mullins, John W., Orville C. Walker Jr., Jean Claude Larreche, and Harper W. Boyd. (2005). *Marketing Management: a Strategic Decision Making approach*. Fift Edition. The mc graw – Hill companies. Newyork.
- Nugroho J. S, 2003, *Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Prenada Media, Jakarta.
- Prasetyo, Y. A., DH, A. F., Sanawiri, B. (2018, Agustus). Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 61 No. 3 Agustus 2018*
- Pride, W dan Ferrel, C. (2005). *Pemasaran: Teori dan Praktek Sehari-hari*, Terjemahan Daniel Wijaya. Jakarta: Binarupa Aksara.

- Pujihastuti, I. (2010). *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian*. Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah. Vol.2. No.1.
- Ryza, P. (2018, September). DailySocial.id. *East Ventures Beri Pendanaan Awal untuk Startup Kopi Fore Coffee*.
- Sasame Coffee. (2017). *Sejarah dan Jenis Kopi Dunia & Indonesia*. Kopipedia. diambil dari <https://www.sasamecoffee.com/kopipedia/sejarah-dan-jenis-kopi/>.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Simbolon, M. (2008, Maret). *Persepsi dan Kepribadian*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Volume 2, Nomor I, Maret 2008
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sumarni Murti dan Jhon Suprianto. 2005. *Pengantar Bisnis. Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*. Liberty, Yogyakarta
- Subianto, T. (2007, Oktober). *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekonomi Modernisasi Volume 3, Nomor 3*.
- Subakti, G. A., Tenironama, D., Yuniarso, A. (2018). *Analisis Persepsi Konsumen, Studi Kasus Molecular Mixology di Loewey, Jakarta*. Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal, Vol. 8, No. 1.

- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiarto., dkk. (2015). *Metodologi Penelitian Hospitaliti & Pariwisata*. Jakarta: PT. Matana Publishing Utama.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2010). *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Utomo. P. W., dkk. (2019). *Indonesia Millennial Report*. IDN Research Institute. IDN Media. IDN Times
- Walgito, Bimo (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta
- Wahono, M. B. (2019, Agustus). Beritatarag.id. *Robin Boe, dari Otten ke Fore Coffee*. Diambil dari <https://beritatarag.id/artikel/figur/robin-boe-dari-otten-ke-fore-coffee>.
- Wahyuno, B. (2012, November). *Pendidikan Ekonomi*. Diambil dari Pengertian Persepsi Konsumen: <http://www.pendidikanekonomi.com/2012/11/penegrtitan-persepsi-konsumen.html>
- Wicaksana, B. (2006, Juni). *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kopi Bubuk Torabika Di Jakarta Timur*. Bogor: IPB Bogor. Diambil dari <https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/50723/1/A06bwi1.pdf>
- Wenas, R. dkk. (2015). *Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Jasa Asuransi Pada Asuransi Jasindo Manado*. Jurnal EMBA.