

**ANALISIS FAKTOR PILIHAN DAN KEBIASAAN KONSUMEN DALAM
KONSUMSI KOPI KENANGAN DI INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh:

AHMAD SAFII

1401184524



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2022**