

DAFTAR PUSTAKA

- Aguwa, C. C., Monplaisir, L., & Turgut, O. (2012). Voice of the customer: Customer satisfaction ratio based analysis. *Expert Systems with Applications*, 39(11), 10112–10119. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2012.02.071>
- Badan Pusat Statistika Jakarta: 2023, Statistika Kopi Indonesia Volume 7 (Tahun 2022)
- Emil Nazarudin Fauzi, M., & Suryadi, A. (2021). Pengembangan Produk Wastafel Portable Secara Manual Dengan Metode Design For Manufacture And Assembly (DFMA). In *Juminten : Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi* (Vol. 02, Issue 02).
- Irawan, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 17–32.
- Koide, R., Yamamoto, H., Kimita, K., Nishino, N., & Murakami, S. (2023). Circular business cannibalization: A hierarchical Bayes conjoint analysis on reuse, refurbishment, and subscription of home appliances. *Journal of Cleaner Production*, 422. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.138580>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing, 17th GLOBAL Edition*.
- Kunto, D. B. A., Hunaefi, D., & Nurtama, B. (2022). Integrasi Metode Kano dan Turf dalam Evaluasi Sensori Minuman Cokelat Instan Komersial. *Jurnal Teknologi Dan Industri Pangan*, 33(2), 137–147. <https://doi.org/10.6066/jtip.2022.33.2.137>
- Leonica, S., & Kosasih, W. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Kopi Dengan Metode Conjoint Analysis Dan Kansei Engineering: Studi Kasus Umkm Kopi Bangli. In *Jurnal Mitra Teknik Industri* (Vol. 1, Issue 1).
- Liao, Y., Yang, C., & Li, W. (2015). Extension innovation design of product family based on kano requirement model. *Procedia Computer Science*, 55, 268–277. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.045>
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research: an applied approach (Fifth edit)*. UK: Pearson Education Limited.
- O'Trakoun, J. (2022). Business forecasting during the pandemic. *Business Economics*, 57(3), 95–110. <https://doi.org/10.1057/s11369-022-00267-2>
- Pamartha. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen Dan. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 38, Issue 1). www.topbrand-award.com
- Rahadian Tamin, Z., Yulianto, K., Ariga, W., & Malonga, M. (2022). Analisis Pemilihan Coffee Shop Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(4), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.3660/http>
- Rahellea, S. L., & Rianto, M. R. (2023). Literatur Review: Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Loyalitas terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Nako. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 4(1), 63–73. <https://doi.org/10.35912/simo.v4i1.1782>
- Ramadhan, A., Rohayati, Y., & Tripiawan, W. (2022). Perancangan Atribut Produk Celana Denim Bobbiesjeans.Co Berdasarkan Preferensi Konsumen. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), 13. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i1.5108>
- Rohmah, A. N., Program, S. S., & Agribisnis, S. (2021). *Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi Di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya Consumer Preference Of Coffee Drinks In Janji Jiwa Volume 324 Surabaya. 1*. <http://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience>
- Salmiah, Emalisa, Sahir, S. H., & Nurhanifa, S. (2020). Bottled coffee consumers' preferences in Medan City. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 454(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/454/1/012012>
- Sari, N. I., Efrina, L., & Akbar, E. E. (2023). *Universitas Islam An Nur Lampung* (Vol.

01).

- Shih, M.-L., Liu, C.-Y., Huang, B.-W., Lin, S., & Peng, K.-C. (2008). Conjoint Analysis: A Study of Canned Coffee in Taiwan. In *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security* (Vol. 8, Issue 8).
- Sitanggang, J., Iswandi, M., Musfitria, A., & Bakti, R. (2023). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Kopi Dengan Metode Kansei Engineering Dan Conjoint Analysis: Studi Kasus Kopi Nu Sae Bogor. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 6(4), 553–560.
- Sugiyono, S. (2013). Metode penelitian kualitatif. *Bandung: Alfabeta*.
- Sutrisno, R. (2013). Perilaku konsumen muslim: persepsi religiusitas dan persepsi atribut produk terhadap loyalitas produk makanan dan minuman berlabel halal di kalangan mahasiswa muslim di Bandung. *Sigma-Mu*, 5(2), 18–36.
- Yanto, M. (2021). Sistem Penunjang Keputusan Dengan Menggunakan Metode Ahp Dalam Seleksi Produk. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 167–174. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.161>