

DAFTAR PUSTAKA

- Adetya, A., Rifin, A., dan Nurmalina, R. 2025. Posisi pasar ekspor biji kopi indonesia di pasar internasional : pendekatan Almost Ideal Demand System (AIDS). *J. Forum Agribisnis*. 15(1): 114–123. <https://doi.org/10.29244/fagb.15.1.114-123>.
- Adiputra, T. E. G., Kurniawan, A. Y., dan Fatah, L. 2023. Pengaruh promosi penjualan, harga, dan pendapatan konsumen terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa (studi kasus mahasiswa program studi agribisnis fakultas pertanian Universitas Lambung Mangkurat). *J. Frontier Agribisnis*. 7(4): 58–65. <https://doi.org/10.20527/frontbiz.v7i4.11556>.
- Agustina, A. Y., dan Awnurropiq. 2022. Pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap pola konsumsi mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia. *J. Mozaic Islam Nusantara*. 8(1): 66–83. <https://doi.org/10.47776/mozaic.v8i1.617>
- Alfarizi, W., Kurniawan, A. D., dan Sijabat, R. 2026. Pengalaman mahasiswa Universitas PGRI Semarang dalam menikmati es kopi kekinian. *J. Ilmu Multidisiplin*. 2(1): 1419–1429. <https://doi.org/doi.org/10.63822/wcx52j75>.
- Alfonsius, Sari, V., Suwarni, E., Solihah, R., Hasanah, L. U., Hanum, B J. R., Agit, A., Iskandar., Setianingsih, R. E., Agustinus, D. C., Shalihah, B. M., Hasam, S. M., Mardhika, R., dan Hapsari, A. A. 2023. *Perilaku konsumen*. PT. Penamuda Media, Yogyakarta.
- Amadea, M. B., Ariani, M., dan Wibowo, J. M. 2025. Analisis perilaku konsumen kopi keliling sebagai gaya hidup modern generasi muda. *J. Economic, Bussines and Accounting* . 8(1): 252–263. <https://doi.org/10.31539/costing.v8i1.14037>.
- Amini, A., dab Akbar, S. 2024. Pengaruh konsumsi kopi terhadap konsentrasi belajar padamahasiswa fakultas teknik. *J. Kedokteran dan Kesehatan*. 23(2): 202–214. <https://doi.org/10.30743/ibnusina.v23i2.635>.
- Andreanto, M. U., Shulthoni, M., dan Safi'i, M. A. 2022. Analisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi masyarakat: studi kasus Kelurahan Kuripan Yosorejo. *J. Ekonomi dan Bisnis*. 1(1): 43–53.
- Andrian, C. I. W., Putra., Jumawan., dan Nursal, M. F. 2022. *Perilaku konsumen*. Rena Cipta Mandiri, Malang.
- Ardila, D. A. N. N., Rahayu, E.S., dan Irianto, H. 2024. Analisis pengaruh bauran pemasaran 4P pada keputusan pembelian beras merah pada pasar modern di

- Kabupaten Bojonegoro. J. Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies. (2): 91–99.
- Arimurti, N. H., Sularso, K. E., dan Hartati, A. 2021. Kesiediaan membayar (*willingness to pay*) beras organik di Kabupaten Banyumas dan faktor yang mempengaruhinya. J. Agribusiness Forum. 11(1): 75–89. <https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.75-89>.
- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indoensia. 2025. Data konsumsi kopi harian rata-rata di Indonesia. <https://www.aeki-aice.org/data-konsumsi-kopi-harian-indonesia/>. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2025.
- Asrulla, R., Jailani, M. S., dan Jeka, F. 2023. Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. J. Pendidikan Tambusai. 7(3): 26320–26332. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10836>.
- Aswad, M. H., dan Widyawati, D. A. 2022. Analisis hubungan pendapatan, persepsi harga, kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen minuman cepat saji di Banda Aceh. J. Ilmiah Mahasiswa Pertanian. 7(4): 377–393.
- Aufanada., Ekowati, T., dan Prastiwi, W. D. 2018. Kesiediaan membayar (*willingness to pay*) konsumen terhadap produk sayur organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. J. Agraris. 3(2): 1–18. <https://doi.org/10.18196/agr.3246>
- Auria, T. R., Dwijayanti, R. I., Marta, R. F., Rajagukguk, S., dan Saliman, T. 2025. Fenomena fomo coffee shop sebagai gaya hidup di kalangan remaja pengunjung Kurasu Coffee. J. Ilmu Komunikasi. 14(1): 1-16. <https://doi.org/10.35967/jkms.v14i1.7598>
- Azwana., dan Siregar, R. S. 2026. Analisis kualitatif preferensi dan nilai konsumsi kopi pada generasi urban di Kecamatan Medan Petisah. J. Education Humaniora and Social Science. 8(3): 1430–1438. <https://doi.org/10.34007/jehss.v8i3.2945>
- Badan Pusat Statistik 2025. Upah minimum kabupaten/kota menurut kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah (rupiah). <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzA4IzI=/upah-minimum-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah.html>. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2025.
- Badan Pusat Statistik 2024. Statistik tanaman perkebunan tahunan Indonesia. Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Baehaqi, M. A., Udayana, I. B. N., dan Welsa, H. 2022. Pengaruh persepsi harga, kualitas produk terhadap customer satisfaction dan keputusan pembelian konsumen. J. Widya Manajemen. 4(1): 21-33. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i1>.
- Bulanov, A., dan Putra, H. P. 2022. Female coffee lovers' consumptive lifestyle at

- Espresso Beach Cafe in Pariaman. *J. of Gender Studies*. 6(1): 102-114.
<http://dx.doi.org/10.30983/humanisme.v6i1>.
- Chandra, T., Chandra, S., dan Hafni, L. 2020. *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis*. CV IRDH, Malang.
- Damanik, D. 2019. Willingness to pay (wtp) pengunjung Museum Simalungun di Kota Pematangsiantar. *J. Ikraith-Ekonomika*. 2(3): 9-16.
- Damayanti, A. E., Wirjatmadi, B., dan Sumarmi, S. 2023. Manfaat konsumsi kopi dalam meningkatkan kemampuan mengingat (memori): a narrative review. *J. Media Gizi Kesmas*. 12(1): 463-468. <https://doi.org/10.29244/fagb.15.1.114-123>.
- Dewantoro, A., dan Gufron, M. 2024. Pengaruh kualitas pelayanan, suasana kedai kopi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Kedai Nayanika di Tulungagung. *J. Kajian Pendidikan Ekonmi dan Ilmu Ekonomi*. 8(2): 185–198.
<https://doi.org/10.23969/oikos.v8i2.16289>
- Dharma, E. A., Bastian, M. I., Perdana, A., dan Yulianto, Y. 2025. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk es teh solo oleh konsumen mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Pamulang. *J. Scientific Of Reflection*. 8(1): 79-86.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. 2024. *Data usaha cafe Kota Semarang Tahun 2023*. Semarang.
- Dinas Tenaga Kerja Kota Semarang. 2024. *Upah minimum Kota Semarang*. Semarang.
- Fadilla, N., dan Purnama, I. 2023. Pengaruh sikap dan motivasi konsumen terhadap minat beli pada Toko Dillaaa. *J. of Student Research*. 1(5): 476-488.
<https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5>.
- Fadjar, C., Juanna, A., dan Ismail, Y. L. 2022. Pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk pakaian di Rumah Pernik Kota Gorontalo. *J. Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 5(1): 339-349.
- Fatmawati, I. A., dan Nurbayani, S.U. 2025. *The analysis of competitive markets*. CV Tahta Media Group, Klaten.
- Fajri, I., dan Wibawa, I. S. 2024. Susu kacang merah sebagai substitusi susu sapi dalam es kopi susu gula aren. *J. Gastronomi Indonesia*. 12(2): 61-70.
- Fitriyani, R. 2026. Pengaruh lokasi terhadap kenyamanan berkunjungnya konsumen dengan menggunakan program statistical program for social science (SPSS) pada (Studi Kasus: Cafe XYZ. *J. Ilmiah Wahana Pendidikan*. 12(2. C): 202-206.

- Ghozali, I. 2005. Aplikasi analisis multivariate dengan program spss, edisi ketiga. Badan Penerbit Univeritas Diponegoro, Semarang.
- Gobel, V. C., Maweikere, A. J. M., dan Rengkung, L. R. 2024. Analisis preferensi konsumen Kedai Ruang Coffe di Mogolaing Kecamatan Kotamobagu Barat Kota Kotamobagu Sulawesi Utara. *J. Agri-SosioEkonomi*. 20(2): 727-738.
- Hariyanto, A., Noer, I., dan Kurniawan, H. 2026. Motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian kopi organik. *J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 12(1): 1261-1266.
- Hippy, A., Yusuf, D., dan Mohamad, N. 2024. Analisis willingness to pay (wtp) pengunjung terhadap upaya menjaga kelestarian lingkungan Objek Wisata Pantai Kurenai di Desa Botu Barani, Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango. *J. Riset dan Pengabdian Interdisipliner*. 1(1): 75-85. <https://doi.org/10.37905/jrpi.v1i1.28796>.
- Hizia., Sembiring, J., Azzahra, S. A., dan Harahap, E. S. 2026. Analisis permintaan dan penawaran kopi di kalangan mahasiswa. *J. Ilmiah PGSD STKIP*. 12(1): 192–203. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v12i01.12196>.
- Irawan, D., dan Lestari, M. L. 2024. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap net promoter score pada industri kafe di Kabupaten Karanganyar. *J. Teknik Industri UNISI*. 8(2): 28-35.
- Isnadiyah, I., Fadiati, A., dan Artanti, G. 2025. Analisis kepuasan konsumen pada kualitas produk minuman “es kopi susu terjangkau” di Café Semampire House Cilandak. *J. Ilmiah Wahana Pendidikan*. 11(12.C): 53-67.
- Jamal, S. M. A., Prasetyo, E., dan Budiharjo, K. 2020. Kesiediaan membayar (willingness to pay) terhadap produk coffee latte di Kota Semarang. *J. Sosial Ekonomi Pertanian*. 13(3). 264–272. <https://doi.org/10.19184/jsep.v13i3.17693>
- Jayusman, I., dan Shavab, O. A. K. 2020. Studi deskriptif kuantitatif tentang aktivitas belajar mahasiswa dengan menggunakan media pembelajaran edmodo dalam pembelajaran sejarah. *J. Artefak*. 7(1): 13–20. <https://doi.org/10.25157/ja.v7i1.3180>.
- Judawinata, M. G. 2022. Strategi pengembangan bisnis *coffe shop*. *J. Prospek Agribisnis*. 1(1): 200-220.
- Kharisma, M. A., dan Wahyuati, A. 2019. Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli masyarakat pada Store Cosmic Cabang di Surabaya (studi kasus pada masyarakat di Surabaya). *J. Ilmu dan Riset Manajemen*. 8(12).

- Kotler, P. dan Keller K. L. 2009. Manajemen pemasaran. Edisi Ketiga Belas Jilid I. Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. Marketing Management. 15th Edition. Pearson Education Limited, Harlow.
- Kurniawati, D., dan Wahyuningsih, S. 2023. Analisis pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk eiger di Kota Semarang. *J. Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 1(3): 374-380.
- Kusuma, K. B., dan Suwitho, S. 2023. Pengaruh hedonisme, literasi keuangan, dan gaji terhadap pengelolaan keuangan karyawan milenial di Kota Surabaya. *J. Ilmu Dan Riset Manajemen*. 12(9).
- Laila, N., Agustina, T., Hidayanti, R. N., Yanna, W. H., dan Fitri, R. H. (2024). Analisis pengaruh pendapatan orangtua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Aifa Royhan. *J. Kesehatan Ilmiah Indonesia*. 9(2).
- Laili, A. N., Dewi, T. R., dan Solikah, U. N. 2024. Analisis tingkat keputusan pembelian produk kecap di Pasar Modern Kota Surakarta. *J. Pertanian Agros*. 26(1): 5204-5211. <http://dx.doi.org/10.37159/jpa.v26i1.3956>
- Latifah, A. N., Tanjung, G. S., dan Djazuli, R. A. 2023. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian sayuran organik di pasar modern Kabupaten Gresik. *J. Agribisnis*. 12(2): 141-149..
- Lestari, P. A., Sabahannur, S., dan Amri, A. A. 2026. Optimalisasi segmentasi pasar produk juiceyo di Kota Makassar. *J. Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*. 10(1): 229–247. <https://doi.org/10.29408/jpek.v10i1.34366>
- Lisan, M. F., Utami, N. N. P., Andini, M. R., Bisri, D., Diba, A. Y. P. F., Aini, W., ... dan Muthahanas, I. 2023. Inovasi produk pengolahan kopi susu gula aren serta strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Sambik Bangkol Lombok Utara. *J. Pengabdian Magister Pendidikan IPA*. 6(1): 179-184. <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v6i1.3247>
- Mahieu, A. P., C, John, W., David, W., Shelby, G., dan George, G. 2017. Optimal bid design for dichotomous choice contingent valuation with Monte Carlo simulations. *J. Environment Management*. 187. 5023–510. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2016.09.027>.
- Manik, C. D., dan Sari, I. S. 2026. Pengaruh harga dan digital marketing terhadap minat

- beli konsumen pada konveksi Tikasari Collection Larangan Kota Tangerang. J. Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis. 6(1): 508–519. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v6i1.1728>.
- Mardiah, F. P., dan Demota, O. 2024. Faktor penentu niat beli dan kesediaan untuk membayar produk makanan dengan kebaharuan di Sumatera Barat. J. Of Social Science Research, 4(1): 11727-11740. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.9297>
- Masyitah, S., dan Fazhila, I. 2026. Budaya nongkrong sebagai gaya hidup masyarakat urban di Banda Aceh. J. Multidisiplin Ilmu Akademi. 3(3): 257–270. <https://doi.org/10.61722/jmia.v3i3.10074>.
- Mega, A. R. P., Hendrarini, H., dan Santoso, W. 2022. Analisis kesediaan membayar (willingness to pay) konsumen terhadap pembelian produk sayuran melalui online market Sayurbox. J. Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh. 9(1): 362-375. <https://doi.org/10.25157/jimag.v9i1.6884>.
- Muhani, N., Daka, R., Yusuf, G. G., Zahrah, R. A., Ningsih, A. R., dan Sariningsih, E. 2022. Pengembangan pengolahan dan pengemasan gula aren cair pada industri kecil yang ramah lingkungan. J. Pengabdian Masyarakat. 3(4): 979-986. <https://doi.org/10.33860/pjpm.v3i4.1550>.
- Nabela, R. N. L. S., Rinjani, R. R. A., Agustina, A., Supriyadi, S., dan Fatma, H. N. 2024. Analisis kesediaan membayar (willingness to pay) wisatawan dalam upaya pengelolaan wisata pendakian Gunung Pundak, Taman Hutan Raya Raden Soerjo. J. Ilmu Pariwisata. 18(1): 53-62. <http://dx.doi.org/10.47256/kji.v18i1.362>.
- Nathanael, C. R., dan Budiman, M. A. 2025. Hubungan antara perilaku konsumen dengan keputusan pembelian sayur dan buah secara online di kalangan mahasiswa Universitas Padjadjaran. J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis. 11(2): 3227-3234.
- Nindhita, V., dan Arifin, A. (2024). Analisis faktor penyebab fenomena ngopi dalam budaya work from cafe: Studi perilaku konsumen. J. Social, Culture, and Language. 2(2): 25-32.
- Nuraziza., Ismail, A., Mario. 2023. Nongkrong dan gaya hidup (kajian tentang aktivitas nongkrong sebagai gaya hidup di kalangan remaja Pasar Segar Pengayoman Kota Makassar). J. Society and Cultute. 4(1): 48–54. <https://doi.org/10.26858/prd.v4i2.44659.g20651>.
- Oktiana, F. A., Sadiyah, F. N., dan Rahayum N. A. 2025. Faktor-faktor yang mempengaruhi willingness to pay konsumen terhadap produk wedang uwuh instan

- CV Dewi Makmur. J. Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan. 5(2): 512-528.
- Po, M., dan Sirait, T. 2025. Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen usaha amplang mvm Kota Makassar. J. Ilmu Manajemen, Ekonomi, dan Kewirausahaan. 5(2): 615-633. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i2.6388>
- Prajanti, S.D.W., Amelia, D. R., Pratama, B. R., dan Adzim, F. 2022. Willingness to pay organic agricultural products: contingent valuation methods approach. J. Economics Development Analysis Journal. 11(1): 120-139.
- Prasetya, T., dan Partini, P. 2019. Analisis preferensi konsumen terhadap cabe merah di Kecamatan Tembilahan. J. Agribisnis. 8(1): 26-35. <https://10.55606/jurimbik.v5i2.1161>.
- Prasetyo, B. E., dan Cokki 2025. Perbandingan kesediaan membayar konsumen Jakarta pada merek kafe internasional (Starbucks) Vs Lokal (Stuja Coffe). J. Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan. 9(4): 630-639. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i4.34652>.
- Pratiwi, A. H., Taibe, P., dan Musawwir, M. 2024. Gambaran intensitas gaya hidup (perilaku nongkrong) mahasiswa Universitas Bosowa di Kota Makassar. J. Psikologi Karakter. 4(1): 309-313. <https://doi.org/10.56326/jpk.v4i1.3636>.
- Pratiwi, R.W. 2022. Persepsi anak muda di Surabaya mengenai coffee shop sebagai gaya hidup masyarakat perkotaan. J. Commercium. 5(2): 238-248.
- Pujianto, W.E., Yulianto, M.R., Pebrianggara, A., dan Widyasmara, B.A. 2024. Coffee shop dan perubahan gaya hidup mahasiswa muslim di Sidoarjo. J. Economic Policy. 1(19): 1-9. <https://doi.org/10.61796/ijecep.v1i1.6>
- Purnamasari, M., dan Saptadinata, A. 2023. Preferensi konsumen terhadap produk minuman kopi di Lim Kopi Tangerang. J. Sains Terapan Pariwisata. 8(3): 156-165. <https://doi.org/10.56743/jstp.v8i3.311>.
- Puspita, S. H., Yekti, A, dan Hermawan, R. 2024. Analisis willingness to pay (wtp) terhadap pembelian kopi biji salak (*salacca zalacca*) di Umkm Sarisa Merapi. J. Agrisistem. 20(2): 67-77. <https://doi.org/10.52625/j-agr-sosekenyuluhan.v20i2.329>
- Rahayu, V., Putri, S. A., Amir, Y., Tampubolon, N. R., dan Rustam, M. 2024. Perilaku konsumsi minuman berpemanis pada mahasiswi fakultas keperawatan Universitas Riau. J. Midwifery Science and Women's Health. 5(1): 9-17. <https://doi.org/10.36082/jmswh.v5i1.1704>.
- Rahayu, Y., Sumarwan, U., dan Heryawan, Y. 2023. Perception analysis of purchasing

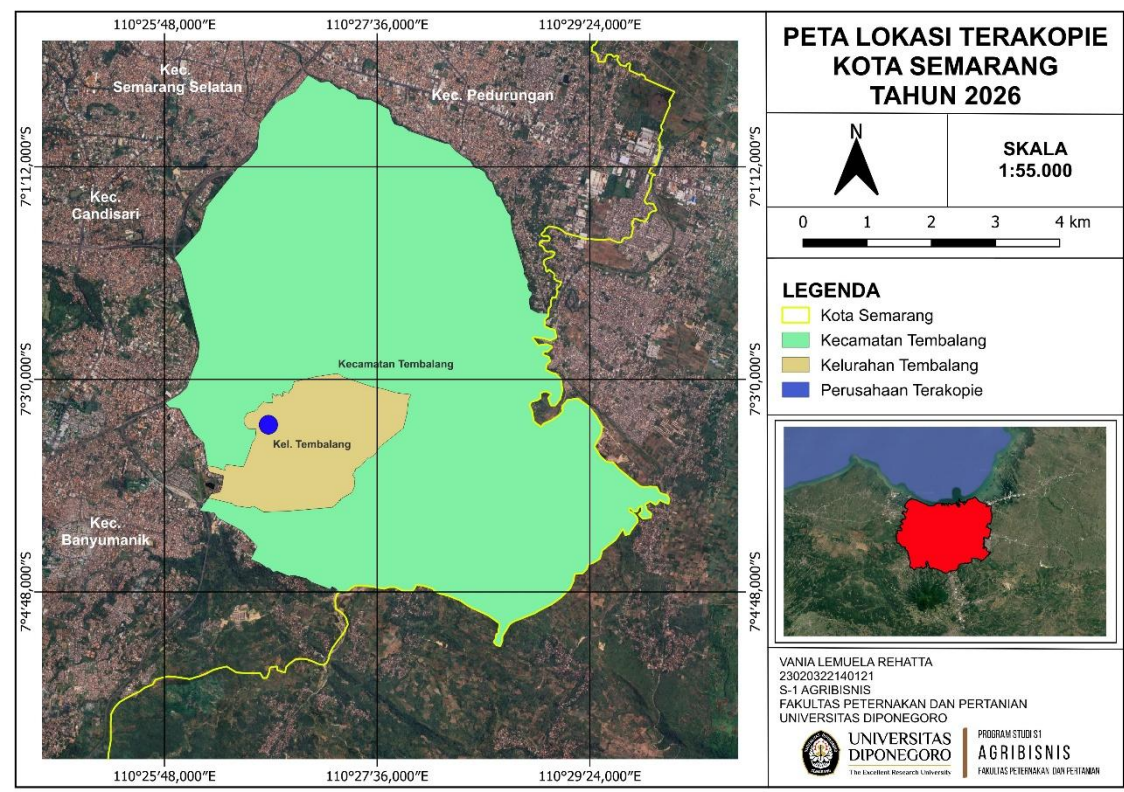
- attitude and willingness to pay for coffee and non-coffee beverage products. *J. Manajemen dan Agribisnis*. 20(3): 455–465. <https://doi.org/10.17358/jma.20.3.455>
- Rahmadhani, A., Arfah, E. P. N., Alawiyyah, I., Ramadanti, S. A., dan Lushinta, I. P. 2024. Pengaruh uang saku bulanan terhadap gaya hidup dan perilaku konsumsi makanan tidak sehat pada mahasiswa. *J. Pendidikan Tambusai*. 8(3): 40153–40169.
- Ramadhan, D. A., dan Syoufa, A. 2025. Analisis faktor kenyamanan pengunjung terhadap coffeeshop bertema outdoor (studi kasus: SA. TUANG Coffeeshop). *J. Arsitektur*. 9(01): 73-80.
- Ramadhani, F. Y., dan Ali, H. 2025. Determinasi keputusan pembelian: analisis strategi pemasaran, perilaku konsumen dan teknologi. *J. Dinasti Information and Technology*. 2(4): 145-155. <https://doi.org/10.38035/dit.v2i4>.
- Rasmikayati, E., Ernah, E., Hapsari, H., Hanipradja, R. S. A., dan Saefudin, B. R. 2024. Pengaruh gaya hidup dan peran lingkungan sosial pada perilaku konsumsi kopi. *J. Pertanian Agros*, 26(1): 4526-4537.
- Rasmikayati, E., Mukti, G. W., dan Saefudin, B. R. 2023. Hubungan antara perilaku konsumen dan keputusannya dalam membeli sayur dan buah di ritel online. *J. Pertanian Agros*. 25(1): 257-266.
- Rasmikayati, E., Sukayat, Y., dan Saefudin, B. R. 2023. Analisis deskriptif dan keterkaitan antara karakteristik konsumen kopi dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kopi (Warung Dongeng Kopi Jogja di Yogyakarta). *J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 9(1): 1428-1447.
- Rasmikayati, E., Syamsiah, S. T., Sadeli, A. H., dan Saefudin, B. R. 2021. Preferensi konsumen terhadap “private label” ritel modern dikaitkan dengan karakteristik konsumen: studi kasus pada produk gula di Lotte Mart Bandung. *J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 7(1): 747-766.
- Risanti, A., dan Khuzaini, K. 2017. Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian. *J. Ilmu dan Riset Manajemen*. 6(4).
- Rohmah, A. N., dan Subari, S. 2021. Preferensi konsumen terhadap produk minuman kopi di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya. *J. Agriscience*. 1(3): 548-562.
- Safina, A., Astuti, S., dan Safitri, C. 2025. Peran kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada coffee shop di Kecamatan Cimanggis. *J. Jambura Economic Education*. 7(2): 552-566.
- Salsabilla, A. R., Gafaruddin, A., dan Limi, M. A. 2024. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian frozen food secara online di

- Kota Kendari. J. Of Social Science Research. 4(5): 3003-3018.
<https://doi.org/10.31004/innovative.v4i5.15092>.
- Saputri, D., dan Isa, M. 2024. Pengaruh pola tidur, asupan kafein, dan gangguan emosi terhadap aktivitas belajar mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. J. Penelitian Ekonomi Manajemen dan Akuntansi. 2(2): 19-27.
<https://doi.org/10.23917/determinasi.v2i2.218>.
- Saraswati, N. P. E., Mukson, M., dan Nurfadillah, S. 2023. Analisis kesediaan membayar (willingness to pay) konsumen terhadap produk kopi berlabel Fairtrade di berbagai wilayah Indonesia. J. Social and Agricultural Economics. 16(1): 69-80.
<https://doi.org/10.19184/jsep.v16i1.33979>.
- Sari, P. K., Wardaya, W., dan Utami, A. F. 2024. Analisis kesediaan membayar (willingness to pay) go green chop di Kota Surabaya. J. Ekonomi dan Pendidikan. 21(1): 45-54.
- Sari, P. P., Maulita, A. N., Ikhsan, M. R. D., dan Nurqoiri, H. 2025. Dampak persaingan terhadap harga dan kualitas produk pada industri. J. Ilmiah Multidisiplin. 4(9): 2224-2230. <https://doi.org/10.56799/jim.v4i9.11102>
- Sari, R. M., dan Prihartono, P. 2021. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. J. Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi. 5(3): 1171-1184. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1573>.
- Savitri, R., dan Riska, A. S. 2021. Hubungan toleransi antara motivasi kunjungan, karakteristik, dan kegiatan di toko kopi. J. Lingkungan Binaan Indonesia. 10(3): 110-122. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v10i3.40>.
- Selebes, Q. Y. A., Nur, N., dan Conny. 2025. Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Warung Bakso Azizah di Baruga Kota Kendari. J. Halu Oleo Manajemen dan Bisnis. 2(2): 364–376.
- Selvi, S., dan Ningrum, L. 2021. Gaya hidup minum kopi dalam pengambilan keputusan pembelian kopi (studi kasus pada Kopi Kenangan Gandaria City-Jakarta). J. Ilmiah
- Senen, W., Liputo, S. A., dan Ahmad, L. 2025. Penggunaan pati sukun termodifikasi sebagai pengental pada minuman fungsional jahe (*zingiber officinale rosc*) gula aren di Ukm Delizza. J. Jambura of Food Technology. 7(02): 168-176.
<https://doi.org/10.37905/jjft.v7i02.20813>.
- Septadinusastra, V. A. 2022. Work from café sebagai budaya baru pasca pandemi covid-19. J. Ilmu Komunikasi, 7(2): 21-28
- Setiawan, H., Santoso, S. I., dan Putri, S. H. 2024. Analisis kesediaan membayar (willingness to pay) terhadap produk sayur organik (studi kasus: pasar sehati

- semarang). J. Agromedia. 42(2): 196-213. <https://doi.org/10.47728/ag.v42i2.557>.
- Sihombing, V. U., Fariyanti, A., dan Pambudy, R. 2022. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap kopi fair trade. J. AgribiSains. 8(2): 89–98. <https://doi.org/10.30997/jagi.v8i2.6547>.
- Sillia, N., Wisra, R. F., Ukrita, I., Nefri, J., dan Fitrianti, S. 2025. Karakteristik demografi konsumen kafe kopi di kota padang. J. Agribisnis. 14(2): 164-174. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v14i2.4139>
- Sugiyono. 2014. Metode penelitian pendidikan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Supriyono., Tirtosetianto, R. H., Barohima, B., Pratesa, D. P. M., dan Pratiwi, N. R. 2024. Analisis perilaku konsumen dalam memilih produk berkelanjutan: studi kasus pada generasi milenial. J. Kolaboratif Sains. 7(8): 2758-2766. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i8.5909>
- Suryani, A., dan Fietroh, M. N. 2025. Pengaruh produk, harga dan tempat terhadap keputusan pembelian produk Tomoro Coffe pada masyarakat Sumbawa. J. Riset Ilmiah. 4(8): 1099-1113. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i8.4367>.
- Susanto, G. J., dan Darmayanti, T. E. 2024. Pengaruh suasana pada kenyamanan ruang cafe pet friendly: Ben and Lou Coffee, Bandung. J. Desain Interior. 9(1): 35-50.
- Susilowati, S. V., Indriayu, M., dan Sudarno. 2018. Pengaruh pendidikan konsumen dan tingkat pendapatan orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa program studi pendidikan ekonomi fkip UNS. J. Pendidikan Bisnis dan Ekonomi. 4(2): 159-171.
- Tapaningsih, W. I. D. A., Rijal, S., Esso, A. S. R., Kusumadewi, R. A., Rachmawaty., Harahap, M. G., Radiansyah, A., Relifra., Wijayanti, T. C., Utami, M. P., Ramadhi., dan Mustari. 2022. Manajemen pemasaran, Banten.
- Tegowati, T., Martoatmodjo, G. W., Kalbuadi, A., Ismail, K., Idayati, F., Rukmana, A. Y., Oktavianti, P. R., Mufrihah, M., Rohmah, M., Onoyi, N. J., Wardhana, A., Mursid, A., Irmayani, N.W. D., dan Fatima, S. 2024. Pengembangan produk. CV. Eureka Media Aksara, Purbalingga.
- Timurraja, R. P., P, R.A.W., Kumalasari, R.D., Prabowo, R., Faielasufa, M., Andini, R.P., Simarmata, J.A., Jannata, R.A., dan Mulyani, A.D. 2025. Studi kualitatif tentang perilaku nongkrong dan implikasinya terhadap performa akademik mahasiswa di fakultas kedokteran Universitas Negeri Semarang. J. Majemuk. 4(4). 1084–1097.

- Umbase, C. Z., Areros, W. A., dan Tamengkel, L. F. 2022. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado. *J. Productivity*. 3(5): 390-395.
- Wahyuni, N. P., Yasa, N. N. K., dan Widagda, J. A. 2025. Membangun loyalitas pelanggan:konsep dan studi kasus. PT Media Pustaka Indo, Jawa Tengah.
- Wahyuni, T., dan Zuhriyah, A. 2020. Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pudak di Toko Sari Kelapa. *J. Agriscience*. 1(1): 232-243. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8005>.
- Wibawa, I.S., dan Fajri, I. 2024. Susu Kacang Merah Sebagai Substitusi Susu Sapi Dalam Es Kopi Susu Gula Aren. *J. Gastronomi Indonesia*. 12(2): 61–70. <https://doi.org/10.52352/jgi.v12i2.1452>
- Widyaningsih, F., Hasani, A., dan Supena, A. 2025. Representasi budaya anak muda dalam novel galaksi karya Poppi Pertiwi (kajian cultural studies). *J. Ilmiah Wahana Pendidikan*. 11(5): 133-147.
- Wijaya, L.S., dan Candraningrum, D.A. 2025. Pergeseran budaya nongkrong gen-z makassar dari kafe tradisional ke modern dalam komunikasi budaya. *J. Kiwari* 4: 780–788.
- Winarno, S., Mananeke, L., dan Ogi, I.W.J. 2018. Konsumen kedai kopi maxx coffee cabang Hotel Aryaduta Manado. *J. Riset Ekonomi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 6(3): 1248–1257. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20181>.
- Yugantara, P., Susilo, R. K. D., dan Sulismadi, S. 2021. Gaya hidup ngopi sebagai perilaku konsumsi. *J. Agama, Sosial, Dan Budaya*. 4(1): 126-137. <https://doi.org/10.31538/almada.v4i1.1096>.
- Yusuf M. F., dan Ernawati, E. 2023. Pengaruh coffee shop terhadap motivasi belajar mahasiswa jurusan geografi unp angkatan 2020. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 8(2): 29367–29376.
- Zahran, M. H., Santoso, S. I., dan Nurfadillah, S. 2025. Analisis kesediaan membayar (willingness to pay) konsumen terhadap sayuran organik di Pasar Modern Kabupaten Bandung Barat. *J. Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 11(2): 3270-3281.
- Zulkarnain, A. 2026. Fenomena maraknya coffee shop dan cafe shop sebagai gejala gaya hidup anak muda di Kolaka (studi kasus mahasiswa pnup psdku kolaka). *J. Rumpun Manajemen dan Ekonomi*. 3(2): 400–408. <https://doi.org/10.61722/jrme.v3i2.8983>

Lampiran 1. Peta Lokasi Penelitian



Lampiran 2. Kuesioner

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN KOPI SUSU GULA AREN (STUDI KASUS: TERAKOPIE ROASTERY KOTA SEMARANG)

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam

Perkenalkan, nama saya Vania Lemuela Rehatta, Mahasiswa program studi Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro. Saat ini, saya sedang melaksanakan penelitian untuk menyusun tugas akhir saya yang bertujuan untuk mengetahui kesediaan membayar konsumen terhadap produk kopi susu gula aren di Terakopie Roastery. Kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan informasi yang akan digunakan secara anonim dan hanya untuk keperluan akademis.

Saya sangat menghargai waktu dan perhatian Anda dalam mengisi kuesioner ini. Partisipasi Anda tidak hanya akan memberikan data berharga, tetapi juga akan memberikan wawasan yang signifikan untuk penelitian ini. Setiap jawaban yang Anda berikan akan membantu untuk memahami lebih baik tentang kesediaan membayar konsumen di Terakopie Roastery, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut.

Dukungan Anda sangat berarti dan diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan strategi yang lebih baik untuk kedai kopi ini di masa depan.

Terima kasih atas kesediaan dan kerjasama Anda!

I. Screening Question

Apakah anda mengonsumsi kopi susu gula aren?

- a. Ya (Lanjut ke pertanyaan berikutnya)
- b. Tidak

Lampiran 2. (Lanjutan)

II. Identifikasi Responden

- a. Nama :
b. Jenis Kelamin : L / P
c. Usia :
d. Pendapatan :
e. Tingkat Pendidikan :
f. Pekerjaan :
g. Varian Kopi Susu Gula Aren yang dikonsumsi : Kang Wawa / Mbak Najma

III. Pertanyaan

Petunjuk Pengisian: Berilah tanda Ceklis (✓) pada jawaban pilihan anda

A. Harga

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1.	Harga kopi susu gula aren di Terakopie Roastery tergolong terjangkau.				
2.	Harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas dan rasa minuman.				
3.	Saya merasa harga kopi susu gula aren di Terakopie Roastery sudah wajar untuk kualitas minumannya.				
4.	Saya rela membayar sedikit lebih mahal jika rasa kopi sesuai dengan ekspektasi saya.				

Lampiran 2. (Lanjutan)

B. Kualitas Produk

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1.	Rasa kopi susu gula aren di Terakopie Roastery konsisten setiap kali saya membeli.				
2.	Perpaduan kopi, susu, dan gula aren dari Terakopie Roastery terasa pas dan sesuai selera saya.				
3.	Bahan yang digunakan Terakopie Roastery terasa berkualitas.				
4.	Aroma dan tampilan minuman di Terakopie Roastery meningkatkan minat saya untuk membeli.				

C. Gaya Hidup

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1.	Meminum kopi susu gula aren dari Terakopie Roastery sudah menjadi bagian dari rutinitas saya.				
2.	Saya sering mengunjungi Terakopie Roastery untuk bersantai, bekerja, atau bertemu teman.				
3.	Saya mengikuti tren kopi, termasuk kopi susu gula aren yang disediakan Terakopie Roastery.				
4.	Terakopie Roastery sesuai dengan gaya hidup saya.				

Lampiran 2. (Lanjutan)

D. Motivasi

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1.	Saya membeli kopi susu gula aren di Terakopie Roastery untuk meningkatkan energi atau <i>mood</i> .				
2.	Saya membeli kopi susu gula aren di Terakopie Roastery karena rekomendasi teman atau media sosial.				
3.	Saya membeli kopi susu gula aren di Terakopie Roastery sebagai hiburan pribadi atau <i>selfreward</i> .				
4.	Saya membeli kopi susu gula aren di Terakopie Roastery karena lokasinya mudah dijangkau.				

C. Kenyamanan Tempat

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1.	Suasana Terakopie Roastery terasa sangat nyaman.				
2.	Kebersihan Terakopie Roastery sangat terjaga.				
3.	Tempat duduk dan tata ruang di Terakopie Roastery sangat nyaman.				

Lampiran 2. (Lanjutan)

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
4.	Suasana Terakopie Roastery membuat saya ingin berlama-lama atau kembali lagi.				

D. Pelayanan

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1.	Pekerja atau barista di Terakopie Roastery memberikan pelayanan yang ramah.				
2.	Proses pemesanan dan penyajian di Terakopie Roastery cukup cepat.				
3.	Pekerja di Terakopie Roastery mampu menjelaskan menu dengan baik.				
4.	Pelayanan di Terakopie Roastery membuat saya ingin kembali mengunjungi kedai.				

IV. Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*)

Kopi susu gula aren merupakan minuman kombinasi dari tiga bahan yaitu kopi espresso, gula aren dan susu. Kopi susu gula aren populer karena memiliki cita rasa manis yang khas, aroma kopi yang kuat, serta tekstur *creamy*. Menu kopi susu gula aren sering dinilai lebih premium karena bahan baku gula aren yang murni dan lebih berkualitas serta banyak kedai kopi yang menjadikan menu kopi susu gula aren sebagai menu yang paling banyak disukai atau dibeli oleh pelanggan.

Lampiran 2. (Lanjutan)

1. Apakah Anda bersedia membeli kopi susu gula aren di Terakopie Roastery dengan harga yang lebih tinggi?

a. Ya

b. Tidak

2. Jika Ya, berapa harga yang Anda sediakan untuk membayar?

(Harga saat ini Rp.)

Lebih tinggi 5% Rp.	Lebih tinggi 10% Rp.	Lebih tinggi 15% Rp.	Lebih tinggi 20% Rp.	Lebih tinggi 25% Rp.

Lampiran 3. Hasil Kuesioner

a. Tabulasi Data Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan	Produk yang dibeli	Kenaikan Harga
1	Rivana	Perempuan	21	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
2	Galuh	Perempuan	20	2.400.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
3	Abdiel Boule Edraios Herlianto	Laki-Laki	20	600.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
4	Farhan Ali Mubarak	Laki-Laki	23	2.000.000	S1	Karyawan Swasta	Kang Wawa	Lebih tinggi 15 % (Rp20.700)
5	Bill Yachsyi	Laki-Laki	24	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
6	Andi Muhammad Alvin Adhi Pramana	Laki-Laki	20	4.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 15 % (Rp20.700)
7	Sutan Zaky	Laki-Laki	20	1.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	-
8	Bagas Ahsan	Laki-Laki	18	2.850.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	-
9	Berlian	Laki-Laki	21	1.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	-
10	Diva Cita	Perempuan	20	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
11	Dwi Puspa Rini	Perempuan	20	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	-
12	Nano	Laki-Laki	21	3.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan	Produk yang dibeli	Kenaikan Harga
13	Rayhan Fazil	Laki-Laki	21	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih Tinggi 20 % (Rp21.600)
14	Dhiaz	Laki-Laki	18	1.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	-
15	Fatih	Laki-Laki	21	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
16	Arsy	Perempuan	21	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
17	Safina	Perempuan	22	2.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 15 % (Rp20.700)
18	Aisyah Putri	Perempuan	21	1.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
19	Satrya	Laki-Laki	21	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	-
20	Vraza Zelia Ananda	Perempuan	22	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
21	Bagas Hartadi	Laki-Laki	21	3.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
22	Athallah Luthfi	Laki-Laki	21	10.250.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih Tinggi 20 % (Rp21.600)
23	Laksamana Dzikri	Laki-Laki	22	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	-
24	Ghaisany Raka Kustaman	Laki-Laki	19	3.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
25	Acel	Laki-Laki	19	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan	Produk yang dibeli	Kenaikan Harga
26	Basman Makayasa	Laki-Laki	21	5.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	-
27	Nasyifa Khairisha Alma	Perempuan	19	1.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
28	Rizky	Laki-Laki	20	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 15 % (Rp 20.700)
29	Divia Mega Lestari	Perempuan	19	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
30	Nisa	Perempuan	18	2.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	-
31	Silma Solihah	Perempuan	18	1.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
32	Cyntia	Perempuan	21	2.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
33	Faidzin Nur Hidayat	Laki-Laki	25	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih Tinggi 20 % (Rp21.600)
34	Aria Pradana Wirawan	Laki-Laki	29	5.000.000	S2	Karyawan Swasta	Kang Wawa	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
35	Indi	Perempuan	21	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
36	Faiz Fathurrahman Mulyana	Laki-Laki	19	2.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih Tinggi 20 % (Rp21.600)
37	Desi Fitria	Perempuan	23	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan	Produk yang dibeli	Kenaikan Harga
38	Ayu Dwi Tyasari	Perempuan	22	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
39	Joan	Perempuan	20	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	-
40	Juan Sorymuba Simanjuntak	Laki-Laki	21	2.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
41	Mazaya	Perempuan	19	1.800.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 15 % (Rp20.700)
42	Aca	Perempuan	21	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
43	Syahrul Ramadhan Astitisar	Laki-Laki	21	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih Tinggi 20 % (Rp21.600)
44	Astrid Levina	Perempuan	21	3.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	-
45	Galih Mahardika	Laki-Laki	23	600.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
46	Muhammad Wildan Ihsanmawla	Laki-Laki	20	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 15 % (Rp20.700)
47	Amalia Ayu Raisananda	Perempuan	19	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	-
48	Zalfa	Perempuan	21	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 15 % (Rp20.700)
49	Joandre	Laki-Laki	21	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan	Produk yang dibeli	Kenaikan Harga
50	Dhylan	Laki-Laki	21	400.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih Tinggi 20 % (Rp21.600)
51	Firyal Nabilla	Perempuan	21	3.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih Tinggi 20 % (Rp21.600)
52	Aldi	Laki-Laki	22	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
53	Komang Adnyani	Perempuan	20	800.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
54	Nala	Perempuan	21	2.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
55	Nadia Nasywa	Perempuan	18	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
56	Gabriella Midaratri Ananda	Perempuan	18	1.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
57	Tessa Maya	Perempuan	21	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
58	Shela	Perempuan	21	3.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 15 % (Rp20.700)
59	Icha	Perempuan	20	500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 15 % (Rp20.700)
60	Ecav	Perempuan	21	3.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan	Produk yang dibeli	Kenaikan Harga
61	Riri	Perempuan	23	700.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 15 % (Rp20.700)
62	Rahmi	Perempuan	22	2.400.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
63	Sashilia Maulita Zahra	Perempuan	21	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
64	Naufal	Laki-Laki	20	3.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
65	Tegar A.	Laki-Laki	19	3.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 15 % (Rp20.700)
66	Andra	Laki-Laki	24	6.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Wirausaha	Kang Wawa	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
67	Muhammad Rasyah Hafiz	Laki-Laki	19	1.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	-
68	Nabila	Perempuan	18	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 15 % (Rp20.700)
69	Ayu Sulastri	Perempuan	26	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 15 % Rp20.700)
70	Aulia	Perempuan	21	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
71	Raden Fadlan	Laki-Laki	25	500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih Tinggi 20 % (Rp21.600)

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan	Produk yang dibeli	Kenaikan Harga
72	Rifdah	Perempuan	20	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
73	Diani	Perempuan	22	1.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
74	Riska Saputri	Perempuan	21	700.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	-
75	Dani	Laki-Laki	21	5.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
76	Diqi	Laki-Laki	21	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih Tinggi 20 % (Rp21.600)
77	Fathur	Laki-Laki	21	1.200.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	-
78	Fadri	Laki-Laki	20	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
79	Kiki Fajar Ramadhan	Laki-Laki	21	3.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	-
80	Rafli Alarik	Laki-Laki	21	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 15 % (Rp20.700)
81	Novi	Perempuan	22	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
82	Muh Atalla Rasendriya Santoso	Laki-Laki	22	6.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 15 % (Rp20.700)
83	Jevier Adriano Lorenzo S	Laki-Laki	20	5.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan	Produk yang dibeli	Kenaikan Harga
84	Rina	Perempuan	22	3.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Wirausaha	Mbak Najma	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
85	Akyas	Perempuan	22	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	-
86	Amelia	Perempuan	22	3.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	-
87	Nanda	Perempuan	22	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
88	Fatimaisya	Perempuan	21	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	-
89	Saqila Insyira	Perempuan	21	500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
90	Naufal	Laki-Laki	24	4.000.000	S1	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
95	Coki	Laki-Laki	21	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	-
96	Fitri	Perempuan	22	1.500.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)
97	Dony Sastra	Laki-Laki	21	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 15 % (Rp18.900)
98	Frederik	Laki-Laki	21	2.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Mbak Najma	Lebih tinggi 10 % (Rp19.800)
99	Nisa Zakiat	Perempuan	22	3.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	-
100	Ningrum	Perempuan	21	1.000.000	SMA/SMK/Sederajat	Mahasiswa	Kang Wawa	Lebih tinggi 5 % (Rp18.900)

Lampiran 4. Hasil Uji Regresi Logistik

Logistic Regression

Case Processing Summary			
Unweighted Cases ^a		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	100	100.0
	Missing Cases	0	.0
	Total	100	100.0
Unselected Cases		0	.0
Total		100	100.0

a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

Dependent Variable Encoding

→	Original Value	Internal Value
	TIDAK BERSEDIA	0
	BERSEDIA	1

Block 0: Beginning Block

Iteration History ^{a,b,c}			
Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients Constant
Step 0	1	105.756	1.120
	2	105.382	1.260
	3	105.382	1.266
	4	105.382	1.266

- a. Constant is included in the model.
- b. Initial -2 Log Likelihood: 105,382
- c. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than ,001.

		Predicted		Percentage Correct
		0	1	
Step 0	Observed			
	Y			
	TIDAK BERSEDIA	0	22	.0
	BERSEDIA	0	78	100.0
Overall Percentage				78.0

- a. Constant is included in the model.
- b. The cut value is ,500

Lampiran 4. (Lanjutan)

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 0	Constant	1.266	.241	27.489	1	<.,001	3.545

Variables not in the Equation

		Score	df	Sig.	
Step 0	Variables	USIA	1.684	1	.194
		TINGKAT PENDIDIKAN	.773	1	.379
		PENDAPATAN	.427	1	.513
		HARGA	12.497	1	<.,001
		KUALITAS HIDUP	4.812	1	.028
		GAYA HIDUP	7.843	1	.005
		MOTIVASI	.367	1	.544
		KENYAMANAN TEMPAT	.740	1	.390
		PELAYANAN	1.589	1	.207
Overall Statistics		19.190	9	.024	

Block 1: Method = Enter

Iteration History^{a,b,c,d}

		-2 Log likelihood	Coefficients									
Iteration		Constant	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	
Step 1	1	89.044	-2.684	.214	-.069	-.019	1.056	-.111	.386	-.001	-.616	.309
	2	83.946	-4.554	.385	.250	-.030	1.526	-.175	.655	-.001	-1.109	.609
	3	83.186	-6.009	.469	1.070	-.029	1.675	-.202	.765	.005	-1.303	.750
	4	82.842	-7.168	.482	2.072	-.028	1.695	-.215	.775	.024	-1.323	.775
	5	82.343	-8.439	.490	3.092	-.026	1.715	-.248	.764	.093	-1.320	.794
	6	82.092	-9.604	.513	4.094	-.021	1.725	-.295	.764	.178	-1.327	.792
	7	81.883	-10.908	.557	5.093	-.011	1.747	-.381	.763	.335	-1.339	.788
	8	81.821	-12.211	.600	6.089	-.001	1.772	-.462	.764	.480	-1.355	.789
	9	81.820	-13.229	.602	7.086	.000	1.775	-.466	.764	.486	-1.357	.791
	10	81.820	-14.229	.602	8.086	.000	1.775	-.466	.764	.486	-1.357	.791
	11	81.820	-15.229	.602	9.086	.000	1.775	-.466	.764	.486	-1.357	.791
	12	81.820	-16.229	.602	10.086	.000	1.775	-.466	.764	.486	-1.357	.791
	13	81.820	-17.229	.602	11.086	.000	1.775	-.466	.764	.486	-1.357	.791
	14	81.820	-18.229	.602	12.086	.000	1.775	-.466	.764	.486	-1.357	.791
	15	81.820	-19.229	.602	13.086	.000	1.775	-.466	.764	.486	-1.357	.791
	16	81.820	-20.229	.602	14.086	.000	1.775	-.466	.764	.486	-1.357	.791
	17	81.820	-21.229	.602	15.086	.000	1.775	-.466	.764	.486	-1.357	.791
	18	81.820	-22.229	.602	16.086	.000	1.775	-.466	.764	.486	-1.357	.791
	19	81.820	-23.229	.602	17.086	.000	1.775	-.466	.764	.486	-1.357	.791
	20	81.820	-24.229	.602	18.086	.000	1.775	-.466	.764	.486	-1.357	.791

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 105,382

d. Estimation terminated at iteration number 20 because maximum iterations has been reached. Final solution cannot be found.

Lampiran 4. (Lanjutan)

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	23.562	9	.005
	Block	23.562	9	.005
	Model	23.562	9	.005

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	81.820 ^a	.210	.322

a. Estimation terminated at iteration number 20 because maximum iterations has been reached. Final solution cannot be found.

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	df	Sig.
1	9.654	8	.290



Contingency Table for Hosmer and Lemeshow Test						
		Y= TIDAK BERSEDIA		Y = BERSEDIA		Total
		Observed	Expected	Observed	Expected	
Step 1	1	9	6.514	1	3.486	10
	2	2	4.531	8	5.469	10
	3	1	2.895	8	6.105	9
	4	3	2.602	7	7.398	10
	5	3	2.144	7	7.856	10
	6	1	1.406	9	8.594	10
	7	2	.953	9	10.047	11
	8	1	.614	10	10.386	11
	9	0	.300	10	9.700	10
	10	0	.041	9	8.959	9

Lampiran 4. (Lanjutan)

Classification Table^a

			Predicted		Percentage Correct
			Y		
Observed	TIDAK BERSEDIA		BERSEDIA		
Step 1	Y	TIDAK BERSEDIA	9	13	40.9
		BERSEDIA	4	74	94.9
	Overall Percentage				83.0

a. The cut value is ,500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	USIA	.602	.591	1.039	1	.308	1.826	.574	5.810
	TINGKAT PENDIDIKAN	18.086	17344.018	.000	1	.999	71583873.89	.000	.
	PENDAPATAN	.000	.394	.000	1	1.000	1.000	.462	2.164
	HARGA	1.775	.717	6.140	1	.013	5.903	1.449	24.043
	KUALITAS PRODUK	-.466	.783	.354	1	.552	.628	.135	2.911
	GAYA HIDUP	.764	.477	2.567	1	.109	2.147	.843	5.469
	MOTIVASI	.486	.618	.618	1	.432	1.626	.484	5.460
	KENYAMANAN TEMPAT	-1.357	.632	4.608	1	.032	.257	.075	.889
	PELAYANAN	.791	.722	1.198	1	.274	2.205	.535	9.082
	Constant	-24.229	17344.019	.000	1	.999	.000		

a. Variable(s) entered on step 1: USIA, TINGKAT PENDIDIKAN, PENDAPATAN, HARGA, KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP, MOTIVASI, KENYAMANAN TEMPAT, PELAYANAN

Lampiran 4. (Lanjutan)

		Correlation Matrix									
		Constant	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9
Step 1	Constant	1.000	.000	-1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	USIA	.000	1.000	.000	.098	.037	-.191	.026	.301	.010	.268
	TINGKAT PENDIDIKAN	-1.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	PENDAPATAN	.000	.098	.000	1.000	-.014	-.006	-.145	.114	.118	.071
	HARGA	.000	.037	.000	-.014	1.000	-.434	-.089	.165	-.325	-.018
	KUALITAS PRODUK	.000	-.191	.000	-.006	-.434	1.000	-.251	-.437	.092	-.336
	GAYA HIDUP	.000	.026	.000	-.145	-.089	-.251	1.000	.001	-.113	.176
	MOTIVASI	.000	.301	.000	.114	.165	-.437	.001	1.000	-.104	.017
	KENYAMANAN TEMPAT	.000	.010	.000	.118	-.325	.092	-.113	-.104	1.000	-.376
	PELAYANAN	.000	.268	.000	.071	-.018	-.336	.176	.017	-.376	1.000

Lampiran 5. Perhitungan *Willingess to Pay*

Lampiran 5.1 Perhitungan WTP Kopi Susu Gula Aren Varian Kang Wawa

No.	Persentase (1)	Nilai WTP (2)	Jumlah Responden (3)	F. Kumulatif (4)	F. Relatif (3/J3)	Mean (2x5)	Total WTP (2x3)
1.	5	18900	19	19	0,422	7957,8	359100
2.	10	19800	14	33	0,311	6157,8	277200
3.	15	20700	7	40	0,155	3208,5	144900
4.	20	21000	5	45	0,111	2331	108000
			45		1	19655,1	889200

Lampiran 5.2 Perhitungan WTP Kopi Susu Gula Aren Varian Mbak Najma

No.	Persentase (1)	Nilai WTP (2)	Jumlah Responden (3)	F. Kumulatif (4)	F. Relatif (3/J3)	Mean (2x5)	Total WTP (2x3)
1.	5	18900	12	12	0,363	6860,7	226800
2.	10	19800	8	20	0,242	4791,6	158400
3.	15	20700	9	29	0,272	5630,4	186300
4.	20	21000	4	33	0,121	2541	86400
			33		1	19823,7	657900

Lampiran 6. Perhitungan Persamaan Estimasi Parameter Logistik

Lampiran 6.1 Perhitungan Persamaan Estimasi Parameter Logistik 1

$$P = \frac{e^{-24,229+0,602X_1+18,086X_2+0,000X_3+1,775X_4-0,466X_5+0,764X_6+0,486X_7-1,357X_8+0,791X_9}}{1+e^{-24,229+0,602X_1+18,086X_2+0,000X_3+1,775X_4-0,466X_5+0,764X_6+0,486X_7-1,357X_8+0,791X_9}}$$

$$P = \frac{e^{-24,229+0,602(2)+18,086(1)+0,000(1)+1,775(4)-0,466(4)+0,764(4)+0,486(3)-1,357(3)+0,791(3)}}{1+e^{-24,229+0,602(2)+18,086(1)+0,000(1)+1,775(4)-0,466(4)+0,764(4)+0,486(3)-1,357(3)+0,791(3)}}$$

$$P = \frac{22,5}{23,5} = 0,957$$

Lampiran 6.2 Perhitungan Persamaan Estimasi Parameter Logistik 2

$$P = \frac{e^{-24,229+0,602X_1+18,086X_2+0,000X_3+1,775X_4-0,466X_5+0,764X_6+0,486X_7-1,357X_8+0,791X_9}}{1+e^{-24,229+0,602X_1+18,086X_2+0,000X_3+1,775X_4-0,466X_5+0,764X_6+0,486X_7-1,357X_8+0,791X_9}}$$

$$P = \frac{e^{-24,229+0,602(1)+18,086(1)+0,000(3)+1,775(3)-0,466(3)+0,764(3)+0,486(4)-1,357(4)+0,791(4)}}{1+e^{-24,229+0,602(1)+18,086(1)+0,000(3)+1,775(3)-0,466(3)+0,764(3)+0,486(4)-1,357(4)+0,791(4)}}$$

$$P = \frac{0,107}{1,107} = 0,097$$

Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian

Dokumentasi	Keterangan
 	Terakopie Roastery
	Melakukan pengambilan data dengan responden

Lampiran 7. (Lanjutan)

	Foto bersama pemilik Terakopie Roastery
	Pelayanan Terakopie Roastery

Lampiran 8. Surat Halal Terakopie Roastery

No. Urut Terbit KH: 2202

**MAJELIS ULAMA INDONESIA
PROVINSI JAWA TENGAH**

**KEPUTUSAN KETETAPAN
HALAL PRODUK**

Nomor : LPPOM-15120100420522

Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi Jawa Tengah, setelah melakukan pengujian dan pembahasan, berdasarkan pendampingan yang telah dilakukan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) LPPOM-MUI Provinsi Jawa Tengah dan Keputusan Komisi Fatwa MUI Provinsi Jawa Tengah tanggal 20 Mei 2022.

Menetapkan bahwa produk yang disebutkan namanya di bawah ini adalah HALAL menurut Syari'at Islam.

Nama Perusahaan	CV. TEMANGGUNG ARABIKA COFFE
Alamat Perusahaan	Jl. Arteri Soekarno, Hetta No. 10, Kelurahan Sawah Besar, Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah.
Nama Fasilitas	
Alamat Fasilitas	
Nama Produk	TERLAMPIR
Dikeluarkan di Semarang pada	20 MEI 2022
Berlaku sampai dengan	20 MEI 2026

selama bahan-bahan, proses dan Sistem Jaminan Halal diterapkan sesuai dengan keputusan Komisi Fatwa MUI Provinsi Jawa Tengah.

Ketua Umum, Sekretaris Umum,

Dr. KH. AHMAD DARODJI, M.Si. Dis. KH. MUHYIDDIN, M.Ag.

Sekretariat : Jl. Pandanaran 126 Semarang, Telp. (024) 8413942 Email : mui.jawatengah@gmail.com

Scanned with CamScanner

Lampiran 9. Surat Izin Berusaha Terakopie Roastery


PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

LAMPIRAN
LOKASI USAHA/BIDANG USAHA YANG TELAH MEMENUHI KOMITMEN

Izin Usaha atas nama dengan NIB 0220109191272 yang telah diterbitkan melalui sistem OSS dengan rincian sebagai berikut:

1. a.Lokasi Proyek

1. Alamat : JL PLEBURAN RAYA NO 36

2. Provinsi : Jawa Tengah

3. Kabupaten/Kota : Kota Semarang

4. Kecamatan : Semarang Selatan

5. Kelurahan : Pleburan

b.Kode>Nama KBLI : 47243/PERDAGANGAN ECERAN
KOPI, GULA PASIR DAN GULA
MERAH

c.Kapasitas Produksi : 1. PERDAGANGAN BIJI BIJIAN,
10000000.00, Rp

d.Jumlah Tenaga Kerja : Laki-laki: 0 orang Perempuan: 0 orang

e.NPWP Cabang : -

f.Status Izin Usaha : Telah memenuhi komitmen dan
berlaku efektif

g.Diterbitkan Oleh : Walikota Kota Semarang Provinsi
Jawa Tengah

h.Tanggal Persetujuan : 17 Januari 2020

2. a.Lokasi Proyek

1. Alamat : JL PLEBURAN RAYA NO 36

2. Provinsi : Jawa Tengah

3. Kabupaten/Kota : Kota Semarang

4. Kecamatan : Semarang Selatan

5. Kelurahan : Pleburan

b.Kode>Nama KBLI : 56304/KEDAI MINUMAN

c.Kapasitas Produksi : 1. KEDAI MINUMAN, 30.00, Kursi

d.Jumlah Tenaga Kerja : Laki-laki: 0 orang Perempuan: 0 orang

e.NPWP Cabang : -

f.Status Izin Usaha : Telah memenuhi komitmen dan
berlaku efektif

g.Diterbitkan Oleh : Walikota Kota Semarang Provinsi
Jawa Tengah

h.Tanggal Persetujuan : 17 Januari 2020

3. a.Lokasi Proyek

1. Alamat : JL PLEBURAN RAYA NO 36

2. Provinsi : Jawa Tengah

3. Kabupaten/Kota : Kota Semarang

4. Kecamatan : Semarang Selatan

Dicetak tanggal : 20 Januari 2020

Lampiran 10. Menu Kopi Terakopie Roastery

		Manual Brew	
Terakopie Signature		Tubruk	15
Java n Ice		Aeropress	18
Signature terakopie, level up dari V60 biasa. Menghasilkan seduhan kopi yg lebih clean dan balance.		Vietnam Drip	18
Java n Ice Honey		V60	20
Level up dari V60 biasa. Menghasilkan seduhan kopi yg lebih clean dan balance. Ditambah manisnya madu.		*for beans selection, ask barista	
Espresso Based		Kopie Susu	
Americano		Kang Wawa	18
Espresso yang dilarutkan dengan air mineral.		Kopi susu gula aren, dengan cita rasa kopi yang strong	
Cappuccino		Mbak Najma	18
Espresso, susu steamed, dan foam tebal yang nikmat.		Kopi susu gula aren dengan kopi house blend, menghasilkan perpaduan yang harmonis	
Caffé Latte		Dik Aga	18
Espresso dicampur dengan susu steamed untuk menciptakan rasa kopi creamy.		Kopi susu khas Terakopie dengan flavor Raisin	
Mochaccino		Signature Latte	
Espresso, steamed milk dan coklat, cocok untuk yang bingung mau minum kopi atau coklat		Coconut Latte	25
Flat White		Klepon Latte	25
Double Espresso dengan steamed milk yang lembut, cita rasa kopi kuat dan tekstur yang halus		Pistachio Latte	25
Piccolo		Tiramisu Latte	25
Minuman kopi dalam gelas kecil khas Spanyol dengan espresso yang kuat dan sedikit susu steamed		Flavored Latte	
Magic		Caramel Latte	25
Double Ristretto dicampur dengan steamed milk yang menghasilkan cita rasa yang intens namun tetap balance		Hazelnut Latte	25
		Raisin Latte	25
		Butterscotch Latte	25
		Vanilla Latte	25
		Jl. Gerungsari No.13, Bulusan, Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah	
		 @terakopie	

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Vania Lemuela Rehatta dilahirkan di Kota Palangka Raya pada tanggal 09 Juni 2004. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari Bapak David Kristio Rehatta dan Ibu Yulianae. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SDN Percobaan selama 6 tahun, menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP N 2 Palangka Raya selama 3 tahun dan menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA N 2 Palangka Raya selama 3 tahun, diselesaikan masing-masing pada tahun 2016, 2019, 2022.

Pada tahun 2022 Penulis diterima sebagai mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang dengan Program Studi Agribisnis, Departemen Pertanian, Fakultas Peternakan dan Pertanian melalui Jalur Ujian Mandiri. Pada tanggal 6 Januari sampai dengan 11 Februari 2025 Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT Natural Nusantara Yogyakarta dengan judul laporan PKL “Pelaksanaan Gaya Kepemimpinan Di PT Natural Nusantara Yogyakarta”. Penulis melaksanakan ujian PKL pada tanggal 2 Desember 2025.