

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN CAFÉ  
(Studi Pada Pelanggan Kopi Kenangan Outlet Soehat Kota Malang)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen**



Oleh:

Miladia Kurniatul Aslam  
201710160311045

**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN  
DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2023**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN CAFE  
(Studi pada Pelanggan Kopi Kenangan Outlet Soehat Kota Malang)**

Oleh :

**Miladia Kurniatul Aslam**  
201710160311045

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 28 Oktober 2023

Pembimbing I,



**Dr. Eko Handayanto, M.M.**

Pembimbing II,



**Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

Ketua Jurusan,



**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### ANALISIS PERILAKU KONSUMEN CAFE (Studi pada Pelangan Kopi Kenangan Outlet Soehat Kota Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Miladia Kurniatul Aslam  
NIM : 201710160311045  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 28 Oktober 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Widayat, M.M.  
Penguji II : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.  
Penguji III : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.  
Penguji IV : Dr. Eko Handayanto, M.M.

1. \_\_\_\_\_  
2. \_\_\_\_\_  
3. \_\_\_\_\_  
4. \_\_\_\_\_

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Miladia Kurniatul Aslam  
NIM : 201710160311045  
Program Studi : Manajemen  
E-mail : [miladiakurnia98@gmail.com](mailto:miladiakurnia98@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dana tau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, Oktober 2023

Yang Membuat Pernyataan



Miladia Kurniatul Aslam



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN CAFÉ  
(Studi Pada Pelanggan Kopi Kenangan Outlet Soehat Kota Malang)**

**Miladia Kurniatul Aslam, Eko Handayanto, RD. Jatmiko**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jalan Tlogomas No. 246 Malang

Email : [miladiakurnia98@gmail.com](mailto:miladiakurnia98@gmail.com)

**Abstrak**, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sikap terhadap niat berkunjung, pengaruh norma subjektif terhadap niat berkunjung, pengaruh kontrol perilaku terhadap niat berkunjung dan pengaruh niat berkunjung terhadap *Repatronage Intentions* pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Kenangan Outlet Soehat Kota Malang dengan menggunakan teknik *judgmental sampling* maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 229 sampel. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap terhadap niat berkunjung pelanggan dalam membeli produk di Kopi Kenangan Outlet Soehat Kota Malang. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara norma subjektif terhadap niat berkunjung. Hasil analisis juga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kontrol perilaku terhadap niat berkunjung pelanggan. Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara niat berkunjung terhadap perilaku pembelian pelanggan dalam membeli produk di Kopi Kenangan Outlet Soehat Kota Malang.

**Kata Kunci:** *Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku, Niat berkunjung dan Perilaku Pembelian*

**ANALYSIS OF CAFÉ CONSUMER BEHAVIOR**  
**(Study of Kenangan Coffee Customers at the Soehat Outlet, Malang City)**

**Miladia Kurniatul Aslam, Eko Handayanto, RD. Jatmiko**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jalan Tlogomas No. 246 Malang

Email : [miladiakurnia98@gmail.com](mailto:miladiakurnia98@gmail.com)

*Abstract, this research aims to determine the influence of attitudes on visiting intentions, the influence of subjective norms on visiting intentions, the influence of behavioral control on visiting intentions and the influence of visiting intentions on customer Repatronage Intentions. The population in this study were consumers of Kopi Kenangan Outlet Soehat, Malang City. Using judgmental sampling techniques, the number of samples in this study was 229 samples. The analytical method used in this research is path analysis. The results of the analysis show that there is a positive and significant influence between attitudes on customers' intention to visit in purchasing products at Kopi Kenangan Outlet Soehat, Malang City. There is a positive and significant influence between subjective norms on visiting intentions. The results of the analysis also show that there is a positive and significant influence of behavioral control on customers' visiting intentions. The results of the analysis show that there is a positive and significant influence between intention to visit on customer purchasing behavior in purchasing products at Kopi Kenangan Outlet Soehat, Malang City.*

*Keywords: Attitude, Subjective Norms, Behavioral Control, Visiting Intentions and Purchasing Behavior*

## KATA PENGANTAR

*Assalamuallaikum Wr Wb.*

Puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PERILAKU KONSUMEN CAFÉ (Studi Pada Pelanggan Kopi Kenangan Outlet Soehat Kota Malang)” ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Selama proses penyusunan skripsi, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fauzan M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Hj. Idah Zuhro, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Nurul Asfiah., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan persetujuan dalam menyusun penelitian ini.
4. Bambang Widadgo, Prof. Dr. M.M selaku dosen wali kelas Manajemen A 2017 yang telah sabar dalam membimbing, memberi arahan serta saran dan masukan guna memperlancar saya dalam menempuh kuliah selama ini.

5. Eko Handayanto, Dr. M.M dan Rohmat Dwi Jatmiko, Dr. M.M selaku dosen pembimbing I dan II saya yang telah membantu memberikan arahan dan saran, serta telah membimbing dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Kepada kedua orang tua saya mama, ayah, dan kakak saya yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan, motivasi, dan do'a dengan tulus, serta perhatian dan kasih sayang sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Kepada sahabat-sahabat saya Husnia, Andi, Reza, Aji, Desty, Deva, Fanni rizky, Adinda Fani, Dessy, Uilly, Irna, Rajid, Khairani, Ubai, Doni, Mbak Risa, Rizka, terimakasih sudah memberikan dukungan dan semangat untuk aku.
9. Untuk semua para member NCT yang telah menemaniku dikala mengerjakan skripsi dengan lagu-lagu mereka. Salah satu motivasi dari member NCT yaitu Lee Haechan "*Don't be afraid to fail, be afraid not to try*" yang membuat saya terus semangat dan percaya bahwa bisa melewati ini semua. Terimakasih semoga kita cepat ketemu, saranghae.
10. Untuk Alfabri Risala yang telah menemaniku dari awal dan selalu kasih support, terimakasih karena selalu mengingatkan aku tidak boleh menyerah apapun kondisinya. Dan sudah mendengarkan keluh kesah saya selama ini, serta berusaha sabar menghadapi saya. Semoga kita saat ini dan seterusnya



masih bisa bareng-bareng, aminnn.

11. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

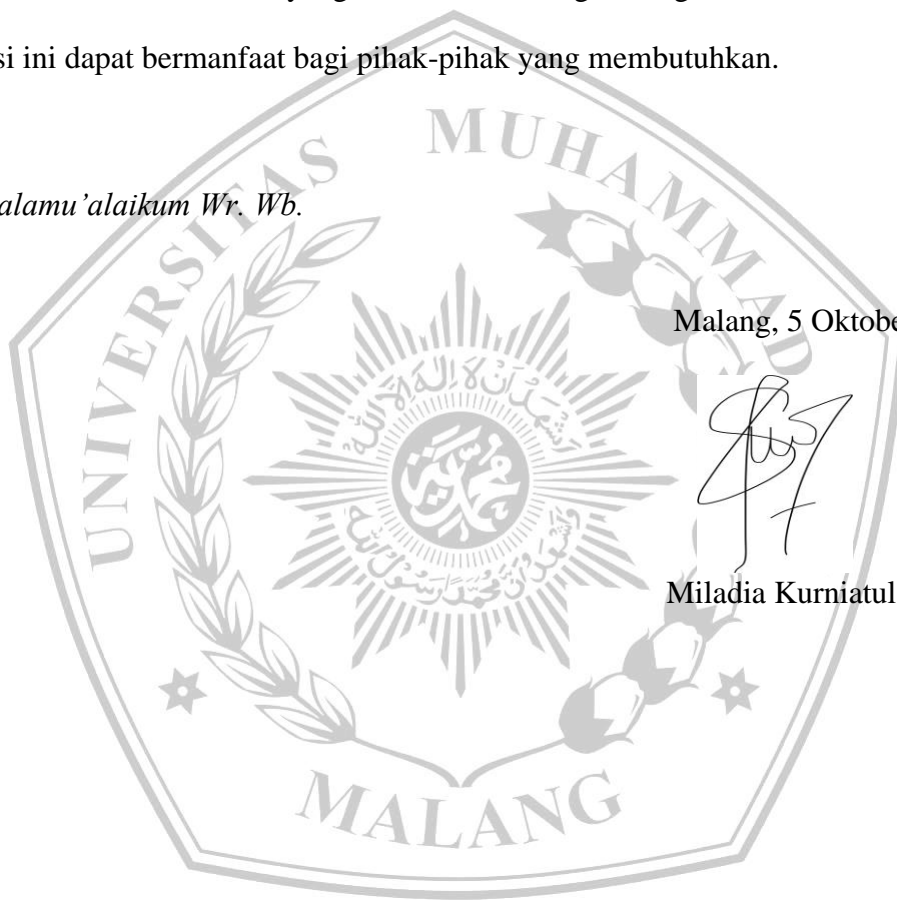
Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Malang, 5 Oktober 2023



Miladia Kurniatul Aslam



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAC.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xi</b>
<b>PRINTOUT PLAGIASI .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	8
B. Tinjauan Teori .....	10
1. <i>Theory of Planned Behaviour</i> .....	10
2. Perilaku Pembelian .....	24
C. Kerangka Pikir Penelitian.....	27
D. Hipotesis Penelitian .....	28
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
A. Lokasi Penelitian .....	32
B. Jenis Penelitian .....	32
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	33
E. Jenis dan Sumber Data .....	37
F. Uji Instrumen.....	37
G. Uji Asumsi Klasik .....	39

H. Teknik Analisis Data .....	41
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Deskripsi Karakteristik Responden .....	45
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	47
C. Distribusi Jawaban Responden.....	49
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
E. Hasil Uji Analisis Jalur.....	57
F. Pembahasan .....	61
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Skala Likert .....	36
Tabel 3.2 Interpretensi Koefisien Korelasi .....	38
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas .....	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.4 Kriteria Rentang Jawaban Responden .....	50
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Sikap.....	50
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Norma subjektif.....	51
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kontrol Perilaku ( $X_3$ )....	52
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Niat Berkunjung.....	53
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Perilaku Pembelian .....	54
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Data.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Jalur Sikap Terhadap Niat Berkunjung.....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Jalur Norma Subjektif Terhadap Niat Berkunjung .....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Jalur Kontrol Perilaku Terhadap Niat Berkunjung .....	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Jalur Niat berkunjung terhadap Perilaku Pembelian .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian .....	28
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	56
Gambar 4.2 Hasil Analisis Antar Jalur .....	61

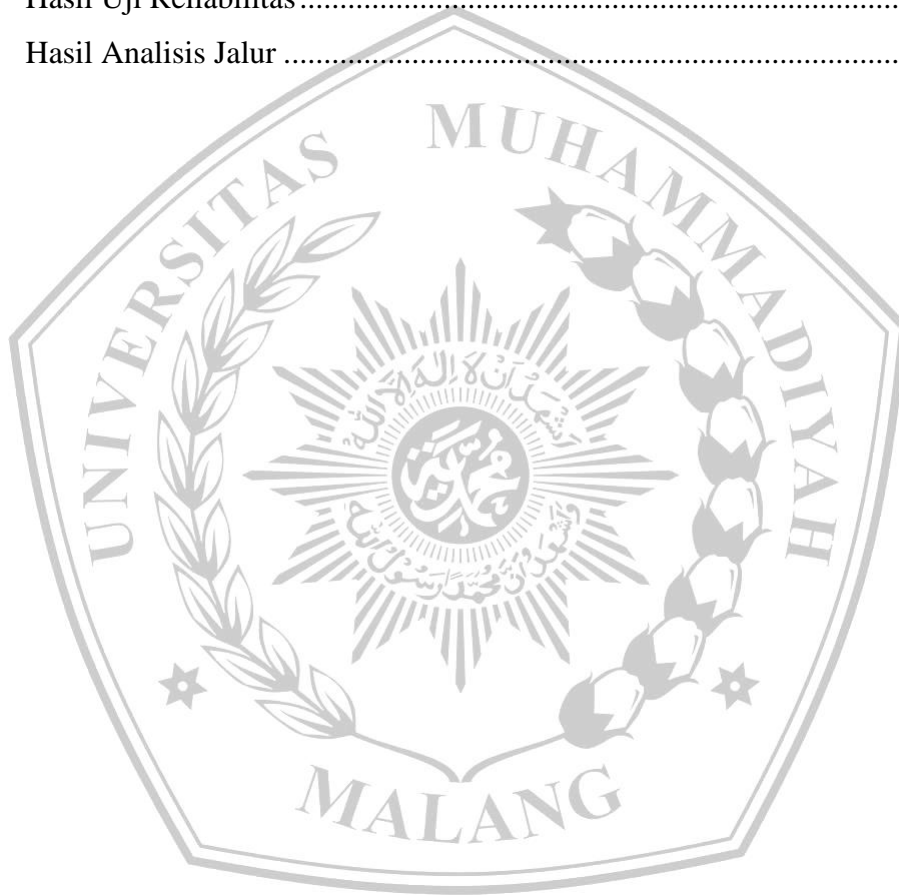




## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Kuesioner Penelitian .....	70
2. Data Penelitian .....	71
3. Hasil Distribusi Jawaban Responden .....	74
4. Hasil Uji Validitas.....	84
5. Hasil Uji Reliabilitas .....	87
6. Hasil Analisis Jalur .....	92



## DAFTAR PUSTAKA

- Afrianingsih Putri (2021) Perilaku konsumen dalam membeli kopi di masa pandemi Covid-19 Pada Coffee Shop Kota Padang, *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)* Volume 5, Nomor 4 (2021): 1308-1321
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. 2nd Edition. New York: Open University Press.
- Alviana Linda Kusuma (2020) Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Produk Online (Survei Pada Masyarakat Di Karanganyar), *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 20 No. 3 September 2020: 311 – 320
- Amalina Hudani (2020), Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian, *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99-107
- Ariansyah (2022), Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Konsumen untuk Membeli Produk Melalui E-Commerce, *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, Vol. 11 No. 2, Agustus 2020, Hal. 83-90
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- C Olson, Jerry, J. Paul Peter. (2016), *Consumer Behaviour and Marketing Strategic*, 8th, Boston: McGraw-Hill. Terjemahan Diah Tantri Dwi Andani: Jakarta, Erlangga.
- Cholilawati, & Suliyanthini, D. (2021). Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan*, IX(1), 18–24.
- Dzikrayah, F. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Konsumsi Food and Beverage pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal Ekonomi Syariah*, 7.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi Dea Farahdiba Mahasiswa Magister Sains Manajemen, Universitas Gadjah Mada. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 1–16.

- Fauzi, N. A. dan Wijaya (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam Broiler dipasar celancang. *Jurnal Agrijati*. Vol.3 No.1
- Hanifah, N. & Rahadi, D., R. (2020). Analisis perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian secara online pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(2).
- Helmi, S., Syah, L. Y., & Agustin, W. (2019). Perubahan Perilaku Konsumen dalam Berbelanja dari Ritel Tradisional ke Ritel Modern (Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga di Kota Palembang). *Jimb*, 2(1), 1–10.
- Ida Royani Pasi (2017), Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Masyarakat Pada Bank Syariah, *Jurnal Al-Qasd*, Vol. 1 No. 2 Februari 2017
- Karmelita Lahay (2022), Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Berbelanja di Mouza Supermart Kota Palu, Jamut, Vol.8, No.3 Juli 2022, 240-248
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran (15th ed)*. Pearson Education
- Kotler, Philip (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition*. Pearson.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks
- Lemeshow, S., (1997), *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Gadjah Mada University, Yogyakarta.
- Maulidasari, C. D., & Damrus. (2020). Dampak Pemasaran Online Di Era Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2), 233–245.
- Mokhamad Syaefudin Andrianto (2021) Analisis Sikap Konsumen di Masa Pandemi Covid-19 dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffee Shop Jabodetabek, *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik* Vol. 05 No. 02 November, 2021, 75-84

- Munandar.(2014).Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Menggunakan Produk Perbankan Syariah Pada Bank Aceh Syariah Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*. 3(2):73-80.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>
- Novel Christian Waani (2022), Perbedaan Sikap Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea Dan The Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat), *Jurnal EMBA Vol.10 No.1 Januari 2022*, Hal. 1004-1013
- Pandemi, S., & Umkm, C.-B. (2020). *Eco-Entrepreneurship, Vol 6 No 1 Juni 2020*. 6(1), 34–42.
- Peter, J.P. & Donnelly, J.H. (2017), *Marketing management: knowledge and skills*. 11th ed. Boston: McGraw-Hill.
- Prakoso, F. A. (2020). Dampak Coronavirus Disease (Covid-19) Terhadap Industri Food & Beverages. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 33(2), 1–6.
- Ricky, K.S dan Sahetapy, W.L (2021), Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Produk Levi's Pada Generasi Milenial, *AGORA Vol. 9, No. 2 (2021)*
- Rohmah, A. (2020). Pandemi covid-19 dan dampaknya terhadap perilaku konsumen di indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 1–4.
- Santy J. Suak (2018), Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Membeli di D'cendol 77 UKM Unsrat, *Jurnal EMBA Vol.6 No.4 September 2018*, Hal. 4003 – 4012
- Scelly Alvionita Chayadi (2021), Strategi Marketing Public Relations Kopi Kenangan dalam Membangun Brand Awareness, *Prologia EISSN 2598-0777 Vol. 5, No. 1, Maret 2021*, Hal 175-183
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2018). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, Pearson Prentice Hall
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2016. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition*. New Jersey: Wiley

- Shifman dan Kanuk, (2018), *Perilaku konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta.
- Simatupang, N. I., Rejeki, S., Sitohang, I., Patricia, A., Simatupang, I. M., Pendidikan, P., Universitas, K., & Indonesia, K. (2020). Efektivitas Pelaksanaan Pengajaran Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Metode Survey Sederhana. *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 13(2), 1–7
- Suprihatin, W. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 ( Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat ). *Jurnal Bestari*, 19(1), 56–66.
- Trisdayana Aryadhe (2018), Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Dan Keputusan Pembelian, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 3, 2018: 1452-1480
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, vol. 11, no. 4, pp. 342–365
- Viola De Yusa (2022), Sikap konsumen generasi milenial terhadap kopi bubuk dan kopi instan di kota Bandar Lampung, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 5 No 2, Juni 2022
- Yusup, D. K., Badriyah, M., Suyandi, D., & Asih, V. S. (2020). Pengaruh bencana Covid-19, pembatasan sosial, dan sistem pemasaran online terhadap perubahan perilaku konsumen dalam membeli produk retail. [Http://Digilib.Uinsgd.Ac.Id](http://Digilib.Uinsgd.Ac.Id), 1(1), 1–10.



## ANALISIS PERILAKU PEMBELIAN CAFÉ (Studi Pada Pelanggan Kopi Kenangan Outlet Soehat Kota Malang)

### ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

15%

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	3%
2	<a href="http://eprints.umpo.ac.id">eprints.umpo.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://konsultasiskripsi.com">konsultasiskripsi.com</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://www.neliti.com">www.neliti.com</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://dspace.uui.ac.id">dspace.uui.ac.id</a> Internet Source	2%
6	<a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet Source	2%
7	<a href="http://repo.darmajaya.ac.id">repo.darmajaya.ac.id</a> Internet Source	2%

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 2%

Exclude bibliography  On