

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, B., Niarti, U., & Hermelinda, T. (2021). Analisis Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Pada Umkm Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil Dan Menengah (Sak Emkm). *Jurnal Saintifik (Multi Science Journal)*, 19(1), 25–30. <https://doi.org/10.58222/js.v19i1.99>
- Agustini, N. P. E., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Starbucks Di Bali. *Buletin Studi Ekonomi, February*, 52. <https://doi.org/10.24843/bse.2020.v25.i01.p04>
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Al-Hakim, A. R., Maduwinarti, A., & Pratiwi, N. M. I. (2022). Pengaruh brand image dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Starbucks tunjungan Plaza Surabaya. 2(2), 1–5.
- Alvin, M., & Amirudin, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104–114. <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>
- Andi, I., & Kamaruddin. (2023). Pengaruh Iklan, Promosi dan Harga Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Ekonomi Prioritas*, 3(1), 1–11.
- Angelica, G., & Prodjo, W. A. (2022). Mengenal Jago Coffee, Kopi Starling Pakai Sepeda Listrik dan Bebas Ongkir. Kompas.Com. <https://umkm.kompas.com/read/2022/11/16/190000983/mengenal-jago-coffee-kopi-starling-pakai-sepeda-listrik-dan-bebas-ongkir>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). 6(3), 96–107. <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Anggraini, S. S., & Syahrinullah, S. (2023). Pengaruh Green Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 161–170. <https://stiemmamuju.ejournal.id/FJIIM/article/view/161>
- Aprianto, R., Mara Kesuma, I., Surajiyo, & Candra, E. (2022). Green Marketing On Point Coffee Purchase Decisions And Brand Image As Intervening Variables. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(July), 1193–1205.
- Arga, F., Edelia, B., & Yogyakarta, U. N. (2023). Pengaruh Green Marketing Pada Brand Equity Air Minum Dalam Kemasan Merek Ades (Studi Pada Mahasiswa di Universitas Negeri Yogyakarta). December.
- Balaka, M. Y., Abyan, F., & Rohana, H. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif.

- Br Sihaloho, Y., Andayani Manik, V., Lani Sembiring, M., Caroline, F., & Susanna Saragih, L. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Kopi Kapal Api Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Stambuk 2022. *Journal Of Social Science Research*, 4(2), 709–717.
- Budiman, J., & Novella, D. (2021). Analisis Pengaruh Dimensi Brand Equity dan Country Image terhadap Purchase Intention Produk Kosmetik Korea di Kota Batam. *CoMBInES-Conference on Management ...*, 1(1), 2045–2055. <https://journal.uib.ac.id/index.php/combines/article/view/4743>
- Chryсна, V. Y., Sumarsono, H., & Widyaningrum, P. W. (2022). Pengaruh Green Trust, Green Price, dan Eco Brand Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 65. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v9i2.32466>
- Claudius Hendra Agatama, Subagiyo, & Yosi Stefhani. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth Dan Persepsi Harga Terhadap Ekuitas Merek Serta Implikasinya Pada Perilaku Keputusan Masuk Sd Harapan Mulia Kota Bekasi. *Jurnal Satya Mandiri Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 18–31. <https://doi.org/10.54964/satyamandiri.v9i1.370>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurva*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Desty, M., & Kurniawati. (2023). Dampak Dari Green Marketing Terhadap Greenwashing, Green Confusion, Dan Green Brand Equity Pada Perusahaan Fast Food. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 989–998. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15592>
- Diniaty, D., Permata, E. G., & Alpiari, I. D. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Tindakan Masyarakat Terhadap Keberadaan Rumah Kelola Sampah Menggunakan Metode SEM. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i1.6120>
- Effendi, M., Primafira, A., Eka, B., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bisnis Indonesia, M. (2023). *Persepsi Konsumen dalam Memediasi Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Industri Kreatif Sektor Kuliner*. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1>
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E. L., & Ndoen, W. M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299–310. <https://doi.org/10.35508/jom.v10i3.1998>
- Faradita, F., Perdana, Z. J. B., & Terttiaavini, T. (2023). Sistem Informasi Penjualan

- Kopi Berbasis Website (Studi Kasus : Pabrik Kopi CV Sumber Bahagia Sukodadi Palembang). *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi (JNKTI)*, 6(4), 473–482. <https://doi.org/10.32672/jnkti.v6i4.6394>
- Genoveva, G., & Samukti, D. R. (2020). Green Marketing: Strengthen the Brand Image and Increase the Consumers' Purchase Decision. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3), 367. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i3.004>
- Gracyella Samuel, V. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Cindercella terhadap Brand Awareness Flawsome di Instagram. In *Universitas Multimedia Nusantara* (pp. 27–46). <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/17363>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis (Eight Edition). In *Mathematics of Computation* (Eight, Vol. 50, Issue 181). <https://doi.org/10.2307/2007941>
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>
- Hidayat, N., Aisyah, Hendharsa, A., & Veronika, G. (2024). Literasi Digital dan Persepsi Kemudahan Pada Cashless Society: Keputusan Adopsi Pembayaran Cashless Pada UMKM di Pontianak. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 12(1), 35. <https://doi.org/10.26418/ejme.v12i1.75917>
- Hidayat, R., & Basit, A. (2018). Pengaruh Service Excellence terhadap Brand Equity pada Pelanggan Batik Air. *Nyimak (Journal of Communication)*, 2(1), 17–35. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v2i1.739>
- Hidayati, W. N., & Tanjungsari, H. K. (2021). Pengaruh Green Marketing Terhadap Ekuitas Merek Aqua Dan Intensi Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6, 347–352.
- Idham, R. A., & Aliyyah, I. H. (2020). Validitas Alat Ukur Employability Skills Scans Versi Indonesia. *Biopsikosial: Jurnal Ilmiah Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Mercubuana Jakarta*, 4(2), 289–307. <https://doi.org/10.22441/biopsikosial.v4i2.8049>
- Islamiah, F., Rusmiati, & Adawiah, R. (2023). Peran citra merek sebagai mediasi pada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(3), 472–479.
- Jago, B. (2019). *Jago Coffee Tentang Kami*. Jago Coffee. <https://www.jagocoffee.com/about-us>
- Jago, B. (2023). *Langkah kecil jago coffee untuk lingkungan*. <https://www.jagocoffee.com/story/langkah-kecil-jago-coffee-untuk-lingkungan>
- Jago Coffee - Menu*. (2019). Jago Coffee. <https://www.jagocoffee.com/menu>
- Jago Hyperlocal New Radius*. (2023). Jago Coffee. <https://www.jagocoffee.com/archive/new-operational-service-area>

- Jannah, H., Ismail, A., Darwan Ali, U., Timur Jl Batu Berlian No, K., Baru Hulu, M., Mentawa Baru Ketapang, K., & Kotawaringin Timur, K. (2023). Pengaruh Green Marketing Mix Terhadap Purchase Decision Dalam Menggunakan Eco Friendly Product. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 390. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.636>
- Jiwa Group. (2023). Tahun Kelima, Start Up Jiwa Group Bawa Konsep Keseruan Baru. In *Jiwagroup.Com*. <https://jiwagroup.com/id/corporate/aboutus>
- Jufriyanto, M. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Shelter. *XX(2)*, 79–90. <https://doi.org/10.350587/Matrik>
- Kairupan, V. A., & Rahman, A. A. (2022). Analisis Kesadaran Cybersecurity Pada Pengguna Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung. *Jurnal Darma Agung*, 30(1), 1164. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i1.3167>
- Khan, M. I., Khalid, S., Zaman, U., José, A. E., & Ferreira, P. (2021). Green paradox in emerging tourism supply chains: Achieving green consumption behavior through strategic green marketing orientation, brand social responsibility, and green image. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(18). <https://doi.org/10.3390/ijerph18189626>
- Kurniawati, D., & Judisseno, R. K. (2020). Penggunaan Skala Likert Untuk Menganalisa Efektivitas Registrasi Stakeholder Meeting : Exhibition Industry 2020. 142–152.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.
- Litto, V., & Selamat, F. (2022). Ekuitas Merek Hotel Berbintang Di Jakarta: Peran Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 299–308. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.20285>
- Madani, A. U., Karyatun, Su., & Digidowiseiso, K. (2023). The Influence of Product Quality, Brand Image, Price Perception on the Purchase Decision Process of Honda Vario Motorcycles in Depok. *International Journal of Economics, Management, Business and Social Science (IJEMBIS)*, 3(1), 169–176. <https://doi.org/10.4108/eai.12-7-2023.2340952>
- Magdalena, M., Zusmawati, Z., Algusri, J., Fernos, J., & Rozi, F. (2023). the Influence of Price Perception, Promotion, and Online Customer Review on Consumer Buying Interest in Lazada E Commerce in Padang Utara District. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 41–48. <https://doi.org/10.31846/jae.v11i1.551>
- Mandang, A. A. E. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Promosi Harga Terhadap Variabel Ekuitas Merek Air Minum Kemasan Danone-Aqua. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(1).
- Muiz, A., & Fauzi, A. (2024). Analisa strategi pemasaran jago coffee. *Jurnal*

- Akuntansi Dan Manajemen Bisnis (JAMAN)*, 4(1), 6–10.
<https://doi.org/10.56127/jaman.v4i1.1058>
- Nurdiansyah, M. F., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Price Perceptions, Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction. *Economic Journal*, 12(6), 2283–2296.
<https://doi.org/10.35877/454ri.qems2019>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Prastiwi, T. W., & Fajri, C. (2022). Strategi Branding Sembung Batik Kulon Progo dalam Menarik Minat Konsumen di Era Pandemi Covid-19. *Journal of Communication Studies*, 4, 70–90.
- Pratiwi, R. S. (2020). *Pengaruh Service Quality, Price Perception, Dan Store Atmosphere Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Di Teras Atas Cafe Surabaya)* [Universitas Narotama].
<http://repository.narotama.ac.id/id/eprint/1389>
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Citra Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
- Putri, N. S. (2021). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Perilaku Pembelian Ulang Konsumen Bengkel Resmi Yamaha Rico Surya Motor Bandar Lampung* [Universitas Bandar Lampung].
<http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/60111>
- Rahmady, A., & Purwanti, A. (2020). Brand Equity PT Samsung Electronic Indonesia Di Kota Batam. *Jurnal Intelektiva Jurnal Ekonomi, Sosial Dan Humaniora*, 1(12), 195–203.
- Ramadhan, K. N., Welsa, H., & Dwi Cahyani, P. (2022). Pengaruh quality service, perceived quality terhadap brand equity dengan brand image sebagai variabel intervening. *Kinerja*, 18(4), 621–627.
<https://doi.org/10.30872/jkin.v18i4.10526>
- Ramadhani, M. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua (Studi pada Konsumen Aqua di Sidoarjo)*. 2507(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Rivai, J. (2021). *Journal of Business and Management Studies (JBMS) The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa*. c, 31–42.
<https://doi.org/10.32996/jbms>
- Rohwiyati, R., & Praptiestrini, P. (2020). Peran Perceived Value Dalam Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kuliner Kota Barat Solo. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 4(1), 24–33. <https://doi.org/10.31002/rn.v4i1.2076>

- Salsabila, H., & Hasbi, I. (2022). Pengaruh Brand Equity terhadap Minat Beli pada Produk Kosmetik Pixy di Kota Bandung. *Mirai Manajemen*, 7(1), 203–213.
- Shabbir, M. S., Sulaiman, M. A. B. A., Al-Kumaim, N. H., Mahmood, A., & Abbas, M. (2020). Green marketing approaches and their impact on consumer behavior towards the environment—a study from the UAE. *Sustainability (Switzerland)*, 12(21), 1–13. <https://doi.org/10.3390/su12218977>
- Shomad, M. (2021). Analisis harga dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian susu kental manis Frisian Flag. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(1), 779–791.
- Sienatra, K. B., & Evani, E. S. (2021). Efek Green Marketing Mix Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 220–225.
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Snapcart. (2023). *Indonesia's Coffee Consumption Trends in 2023 – Snapcart*. Snapcart. <https://snapcart.global/indonesias-coffee-consumption-trends-in-2023/>
- Sofian, A. (2016). Pengaruh Quality Of Service Terhadap Brand Equity Indihome Di Bandung. *EProceedings of Management*, 3(2), 1492–1500.
- Statistik, B. P. (2023). *Statistik Kopi Indonesia* (S. D. S. T. Perkebunan (Ed.); 7th ed.). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/11/30/abde293e6c0fc5d45aaa9fe8/statistik-kopi-indonesia-2022.html>
- Sudirjo, F., Sutaguna, I. N. T., Silaningsih, E., Akbarina, F., & Yusuf, M. (2023). The Influence Of Social Media Marketing And Brand Awareness On Cafe Yuma Bandung Purchase Decision. *The Influence Of Social Media Marketing And Brand Awareness On Cafe Yuma Bandung Purchase Decision*, 2(3), 27–36.
- Suherman, A. W., & Hongdiyanto, C. (2021). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. *Performa*, 5(3), 233–241. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1774>
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *YUME: Journal of Management*, 4(2), 254–272. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>
- Susanti, R. (2022). Pengembangan Video Tutorial Berbasis Etnomatematika pada Materi Barisan dan Deret. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510>
- Teguh Afwan, M., & Budi Santosa, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of*

- Management*, 8(1), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Thakkar, J. J. (2020). *Structural Equation Modelling* (Vol. 285). Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-3793-6>
- Thoibah, W., Arif, M., & Harahap, R. D. (2022). Implementasi Green Marketing Pada UMKM Upaya Memasuki Pasar Internasional (Studi Kasus pada Creabrush Indonesia). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis ...*, 2(3), 798–805. <http://www.jurnal.minartis.com/index.php/jeps/article/view/290%0Ahttps://www.jurnal.minartis.com/index.php/jeps/article/download/290/242>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Utama, R. S., & Syaefulloh, S. (2024). Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust Terhadap Purchase Decision Melalui Customer Satisfaction pada Baju Branded di Kota Pekanbaru. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 725. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2973>
- Vilkaite-Vaitone, N., Skackauskiene, I., & Díaz-Meneses, G. (2022). Measuring Green Marketing: Scale Development and Validation. *Energies*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/en15030718>
- Wahyuni, S., & Praninta, A. (2021). Influence of Brand Equity and Service Quality on Purchase Decisions on Garuda Indonesia Airline Services. *Research Horizon*, 1(1), 28–38. <https://doi.org/10.54518/rh.1.1.2021.28-38>
- Wardani, E. K. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Pada Pelanggan Kopi Di Jakarta Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 36–48. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0401.03>
- Wibowo, M. F. R., & Rusminah, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Shop Komunal. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(2), 119–136. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i2.155>
- Widodo, S. (2020). Pengaruh Green Product Dan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Merk Sharp Di Electronic City Cipinang Indah Mall Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 23–34. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v10i1.365>
- Wijaya, A., Mulandari, J., & Nugraha, P. (2020). JSH Volume 11 Nomor 105- 224 Oktober 2020. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(2), 105–224.
- Wulandari, I. A. L., & Rastini, N. M. (2022). Peran Kesadaran Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Ekuitas Merek Pada Pelanggan Jasa Kurir Jne. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(5), 1029. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i05.p09>
- Yuliarso, M. Z., Novanda, M.Si, R. R., & Priyono, B. S. (2021). Teknologi Pengolahan Kopi Rempah Celup Sebagai Oleh-Oleh Khas Wisata Desa

- “Danau Suro Manggi.” *Dharma Raflesia : Jurnal Ilmiah Pengembangan Dan Penerapan IPTEKS*, 19(2), 247–261. <https://doi.org/10.33369/dr.v19i2.19487>
- Zufrie, & Sahputra, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Pada Cv. Showroom Yulia Motor Sigambal. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 2(1), 143–150. <http://repository.uph.edu/27020/>

