Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt

STUDI BIBLIOMETRIK: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PEMBELIAN PRODUK KOPI DI JAWA TIMUR

Aditya Arief Rachmadhan*, Prasmita Dian Wijayati, Akbar Hariputra, Putri Nurmalita Sari, Mirza Ramadhani

Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Corresponding Author: aditya.arief.rachmadhan.fp@upnjatim.ac.id

Abstract

Various studies have been published on the theme of factors influencing coffee product purchases in East Java. This study aims to answer the need for research mapping through a bibliometric approach. Document analysis shows a positive trend in annual publications and citations; especially for 2020–2024, where there was a spike in the number of annual publications and citations in thematic research. Meanwhile, analysis of authors and affiliations shows that the main contributors to this theme come from East Java Province. Thematic analysis shows that the keywords "consumer" and "product" are the most frequently appearing research subjects in thematic research. The results of the analysis found four keyword clusters in thematic research; as follows: (1) consumer cluster, (2) product cluster, (3) customer satisfaction cluster, and (4) technology cluster.

Keywords: *Bibliometrics, Coffee, Consumer, Product, Purchase.*

Abstrak

Berbagai penelitian telah dipublikasikan pada tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian produk kopi di Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab kebutuhan akan pemetaan penelitian melalui pendekatan bibliometrik. Analisis dokumen menunjukkan tren positif publikasi dan sitasi tahunan; khususnya untuk tahun 2020–2024, dimana terjadi lonjakan jumlah publikasi dan sitasi tahunan pada penelitian tematik. Sedangkan analisis penulis dan afiliasi menunjukkan bahwa kontributor utama pada tema ini berasal dari Provinsi Jawa Timur. Analisis tematik menunjukkan kata kunci "consumer" (konsumen) dan "produk" menjadi subjek penelitian yang paling banyak muncul dalam penelitian tematik. Hasil analisis menemukan empat kluster kata kunci dalam penelitian tematik; sebagai berikut: (1) kluster *consumer*, (2) kluster produk, (3) kluster *customer satisfaction*, dan (4) kluster *technology*.

Kata kunci: Bibliometrik, Konsumen, Kopi, Pembelian, Produk.

Copyright © 2025 The Author(s)

This is an open access article under the CC BY-SA license

1. PENDAHULUAN

Komoditas kopi merupakan komoditas unggulan Jawa Timur yang memiliki peranan strategis baik sebagai komoditas ekspor maupun sebagai produk konsumsi domestik. Produk kopi tidak hanya memiliki nilai ekonomi tinggi, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban. Konsumsi kopi di Jawa Timur meningkat dari tahun ke tahun, baik melalui produk primer hingga berbagai produk olahan kopi. Tercatat, dalam satu bulan konsumsi per kapita masyarakat Jawa

Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt

Timur pada tahun 2024 untuk kopi bubuk/biji lebih dari 1 kg dan kopi instan lebih dari 2,4 kg (BPS, 2025; Ariyani et al., 2022; Kurniawan, 2019; Maulani & Wahyuningsih, 2021; Sastra et al., 2023).

Seiring meningkatnya konsumsi kopi di kalangan masyarakat, berbagai penelitian telah dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi pembelian produk kopi di Jawa Timur. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan memiliki fokus yang beragam. Tema penelitian ini menjadi tren penelitian yang hingga saat ini masih memiliki urgensi yang kuat (Febrianto et al., 2023; Prabasiwi & Kusmiati, 2019; Pramurdjito et al., 2023; Sastra et al., 2023).

Meskipun demikian, pendekatan dan desain riset yang digunakan sangat beragam, baik dengan pendekatan kuantitatif maupun kualitatif. Beberapa studi membahas pengaruh preferensi generasi muda terhadap tren kopi kekinian, sementara yang lain menyoroti strategi bauran pemasaran oleh pelaku UMKM kopi lokal. Selain itu, topik seperti kesadaran merek, perilaku konsumen, loyalitas pelanggan, dan pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian turut menjadi sorotan dalam banyak studi terdahulu (Dewa & Tranggono, 2022; Febrianto et al., 2023; Mubarak et al., 2023; Rohmatillah, 2023; Sastra et al., 2023; Veliani, 2024).

Sayangnya, meskipun jumlah publikasi pada tema ini tergolong melimpah, belum banyak upaya yang dilakukan untuk memetakan keseluruhan tren penelitian secara sistematis. Hal tersebut menjadi isu utama penelitian ini. Penelitian yang ada cenderung berdiri sendiri dan tidak saling merujuk satu sama lain secara menyeluruh, sehingga menyebabkan sulitnya membangun sintesis atau arah penelitian yang lebih mendalam dan terintegrasi. Demikian, terdapat *research gap* berupa ketiadaan studi yang melakukan pemetaan penelitian melalui pendekatan bibliometrik.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab kebutuhan akan pemetaan riset melalui pendekatan bibliometrik pada tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian produk kopi di Jawa Timur. Hingga saat ini, belum ditemukan penelitian bibliometrik yang secara spesifik membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi pembelian produk kopi di Jawa Timur. Sehingga penelitian ini menjadi langkah awal dalam membangun kerangka referensi ilmiah yang komprehensif dan dapat dijadikan pijakan bagi penelitian mendatang.

Urgensi dari penelitian ini terletak pada perlunya memberikan panduan yang lebih tajam bagi penelitian selanjutnya dalam merancang studi terkait tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian produk kopi di Jawa Timur. Output dari penelitian ini tidak hanya akan menunjukkan topik-topik yang paling sering diteliti; tetapi juga mengidentifikasi celah penelitian yang dapat dijadikan fokus baru dalam pengembangan studi lanjutan.

2. BAHAN DAN METODE

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode bibliometrik guna memetakan dan mengevaluasi perkembangan penelitian dengan tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian produk kopi di Jawa Timur. Analisis bibliometrik menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengkaji literatur yang telah diterbitkan; dan memberikan gambaran menyeluruh tentang arah dan tren penelitian sebelumnya (Altarturi et al., 2023; Mühl & de Oliveira, 2022).

2.2 Metode Pengumpulan Data

Data bibliografis dalam penelitian ini diperoleh dari database Dimensions; dengan harapan mampu mengkover lebih banyak artikel ilmiah, terutama pada jurnal Sinta dan dalam Bahasa Indonesia. Pencarian set data dilakukan dengan menggunakan kata kunci “pembelian”, “kopi”, “Jawa Timur” untuk relevansi pada seluruh bagian dokumen. Jenis dokumen yang diambil mencakup artikel jurnal ilmiah, prosiding ilmiah, *book chapter*, monograf, dan buku suntingan yang diterbitkan dalam rentang waktu 2000 hingga 2024. Rentang waktu tersebut diharapkan dapat menkover gambaran

Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt

karakteristik artikel ilmiah selama tiga dekade. Hasil pencarian set data didatapatkan 754 dokumen yang siap dianalisis lebih lanjut.

2.3 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis bibliometrik secara deskriptif. Analisis dilakukan melalui tiga tahapan, yakni:

1. Analisis Dokumen
   Analisis dokumen meliputi: (1) analisis publikasi tahunan, (2) analisis sitasi tahunan, dan (3) analisis publikasi tahunan tersitasi.
2. Analisis Penulis dan Afiliasi
   Analisis penulis dan afiliasi berdasarkan: (1) analisis publikasi, dan (2) analisis sitasi.
3. Analisis Tematik
   Analisis tematik menggunakan analisis *co-occurence* untuk mengidentifikasi struktur tematik dan keterkaitan antar konsep yang sering muncul dalam literatur. Sehingga, penelitian ini dapat menemukan klaster topik utama. Proses analisis tematik melakukan penyesuaian tematik yang muncul, agar lebih relevan untuk disajikan.

Proses visualisasi dilakukan dengan perangkat lunak VOSviewer guna menampilkan peta jaringan penulis, afiliasi, dan kata kunci dan melihat pusat-pusat konsentrasi riset. Jumlah dokumen dalam peta jaringan digambarkan dalam ukuran balon; sedangkan hubungan antar penulis, afiliasi, dan kata kunci digambarkan dalam jumlah garis hubung dan ukuran garis hubungan.

2.4 Keterbatasan Penelitian

Analisis hanya mencakup dokumen yang tersedia di dalam database dan sesuai dengan kata kunci pencarian, sehingga publikasi dari jurnal tidak terindeks atau berbahasa selain Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris mungkin tidak terjangkau. Selain itu, penekanan pada aspek kuantitatif seperti jumlah sitasi bisa jadi belum mencerminkan kedalaman isi atau kontribusi teoritis suatu karya. Namun demikian, pendekatan ini tetap memberi dasar yang kuat untuk memahami lanskap penelitian terkait tema penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pembelian produk kopi di Jawa Timur; untuk menyusun arah penelitian masa depan yang lebih terarah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Dokumen

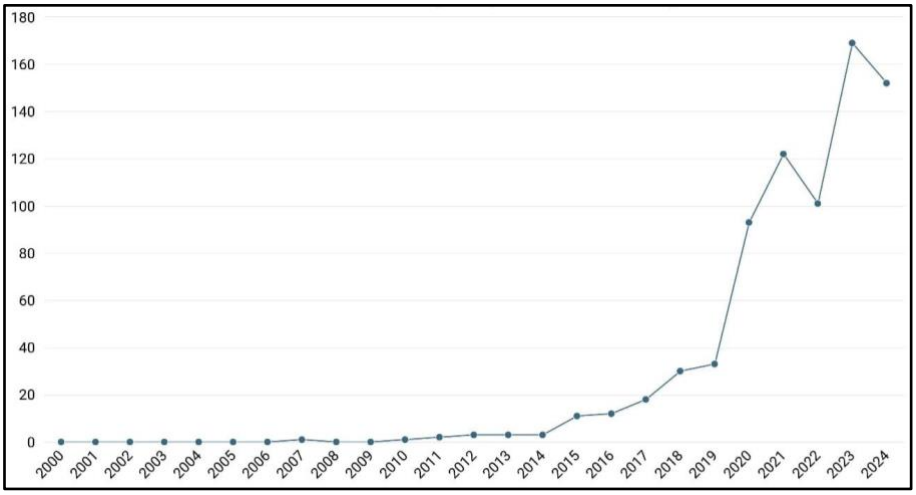
Analisis dokumen menujukkan tren publikasi tahunan, sitasi tahunan, dan publikasi tahunan tersitasi dalam kurun waktu tahun 2000 hingga 2024. Analisis dokumen menunjukkan tren positif pada seluruh indikator; yang menandakan urgensi, dampak akademis, dan kualitas penelitian-penelitian terbaru dengan tema pembelian kopi di Jawa Timur pada periode tahun 2020 ke atas. Secara spesifik analisis dokumen akan dibahas lebih lanjut.

3.1.1.Analisis Publikasi Tahunan

Analisis dokumen menujukkan tren publikasi dan sitasi dalam kurun waktu tahun 2000 hingga 2024. Hasil analisis menunjukkan bahwa perhatian dan minat akademisi dan *stakeholder* terhadap penelitian dengan tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan trend publikasi tahunan, yang ditunjukkan pada Gambar 1.

Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt



Gambar 1. *Jumlah publikasi tematik pada kurun waktu 2000–2024*

Berdasarkan analisis publikasi tahunan, tren penelitian menunjukkan peningkatan dalam jumlah publikasi mulai dari tahun 2010; dengan lonjakan yang signifikan sejak tahun 2020, dan puncaknya terjadi pada tahun 2023 dan 2024. Hasil analisis menunjukkan bahwa tema riset faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur belum menjadi tren dan urgensi pada periode tahun 2000 hingga 2009. Secara substansi, perkembangan agribisnis kopi belum berkembang seperti saat ini (periode sesudahnya).

Perkembangan tren penelitian meningkat pada periode tahun 2010-2019, dimana rata-rata hampir 12 artikel dipublikasikan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan tren peningkatan minat dan perhatian dari akademisi terhadap tema tema riset faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur. Secara substansi, pada dekade tersebut, agribisnis kopi semakin bergairah seiring meningkatnya tren konsumsi kopi masyarakat.

Lonjakan publikasi terjadi sejak tahun 2020, dimana dalam kurun waktu empat tahun jumlah publikasi meningkat hampir 550% dibandingkan satu dekade sebelumnya. Secara rata-rata, terjadi lonjakan publikasi pada periode tahun 2020–2024 sebesar 1.098% (menjadi 127 publikasi per tahun) dibandingkan periode tahun 2010-2019. Puncak publikasi terjadi pada tahun 2023 sebanyak 169 per tahunnya, dan tahun 2024 sebanyak 152 publikasi per tahunnya. Lonjakan publikasi ini dapat diinterpretasikan sebagai respons terhadap meningkatnya minat, perhatian dan urgensi pada tema riset faktor faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur.

Secara substansi, beberapa hal penting menjadi urgensi dan pemicu lonjakan publikasi sejak tahun 2020. Pertama, perkembangan agribisnis kopi dari sisi konsumsi dan produksi (Maulani & Wahyuningsih, 2021; Prabasiwi & Kusmiati, 2019; Rizkiyah & Shofiyah, 2021). Kedua, konsumsi kopi tidak hanya pada bentuk olahan primernya saja; namun sudah semakin berkembang dan menjadi tren *life style* terutama pada masyarakat urban (Hidayati & Prabowo, 2021; Mubarak et al., 2023; Sastra et al., 2023). Ketiga, kondisi pandemi Covid-19 yang mengancam seluruh aktivitas sosial-ekonomi; dan kondisi pasca pandemi Covid-19 yang mendorong perbaikan ekonomi pada seluruh sektor, termasuk pada agribisnis kopi (Febrianto et al., 2023; Kusuma et al., 2022; Rizal et al., 2021).

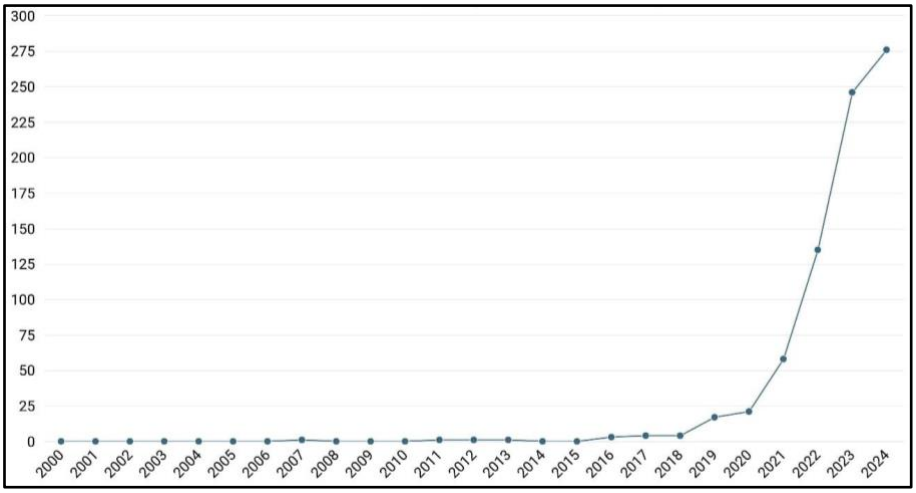
3.1.2. Analisis Sitasi Tahunan

Analisis sitasi tahunan menunjukkan perkembangan seiring dengan peningkatan tren publikasi pada tahun 2020. Analisis sitasi tahunan menunjukkan jumlah kali seluruh publikasi pada seluruh tahun disitasi/dikutip pada suatu tahun oleh publikasi lain untuk jenis publikasi apa pun; seperti artikel, bab,

Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt

pracetak, atau monograf. Jumlah sitasi tahunan menunjukkan peningkatan sejak tahun 2021, dan lonjakan yang signifikan sejak tahun tahun 2019. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan trend sitasi tahunan, yang ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. *Jumlah sitasi pada publikasi tematik pada kurun waktu 2000–2024*

Lonjakan jumlah sitasi publikasi pada tema riset faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur seiring dengan lonjakan tren publikasi pada tahun 2020. Tercatat sebanyak 32 sitasi publikasi tematik pada periode tahun 2000–2019, dan meningkat menjadi 736 sitasi publikasi tematik pada periode tahun 2020–2024. Secara rata-rata, jumlah sitasi publikasi tematik tahunan periode tahun 2020–2024 meningkat 9.200% dibandingkan periode dua dekade sebelumnya.

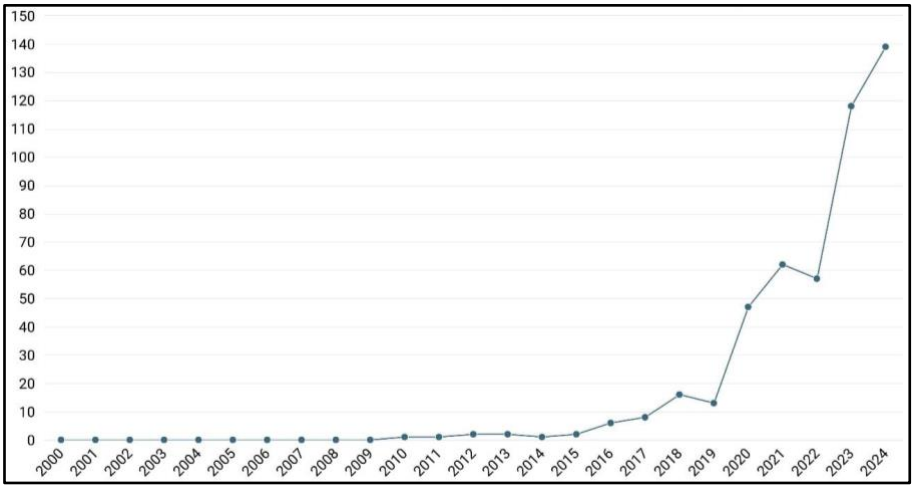
Fenomena ini membuktikan bahwa penelitian pada tema riset faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur, khususnya untuk penelitian-penelitian terbaru, memberikan dampak akademis yang signifikan pada perkembangan penelitian-penelitian lainnya; baik untuk tema yang sama, maupun untuk tema penelitian lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian pada tema ini memiliki urgensi dan peran empiris untuk landasan penelitian-penelitian lain (Gunawan et al., 2021; Maulani & Wahyuningsih, 2021; Simorangkir & Rosiana, 2022).

3.1.3. Analisis Publikasi Tahunan Tersitasi

Selaras dengan publikasi tahunan dan sitasi tahunan yang menunjukkan perkembangan sejak tahun 2020, publikasi tersitasi tahunan menunjukkan peningkatan sejak tahun 2016, dan lonjakan yang signifikan sejak tahun 2020. Analisis publikasi tahunan tersitasi adalah jumlah kali seluruh publikasi pada suatu tahun disitasi/dikutip oleh publikasi lain pada jenis publikasi apa pun; seperti artikel, bab, pracetak, atau monograf. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan tren publikasi tahunan tematik tersitasi, yang ditunjukkan pada Gambar 3.

Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt



Gambar 3. *Jumlah publikasi tahunan tematik tersitasi pada kurun waktu 2000–2024*

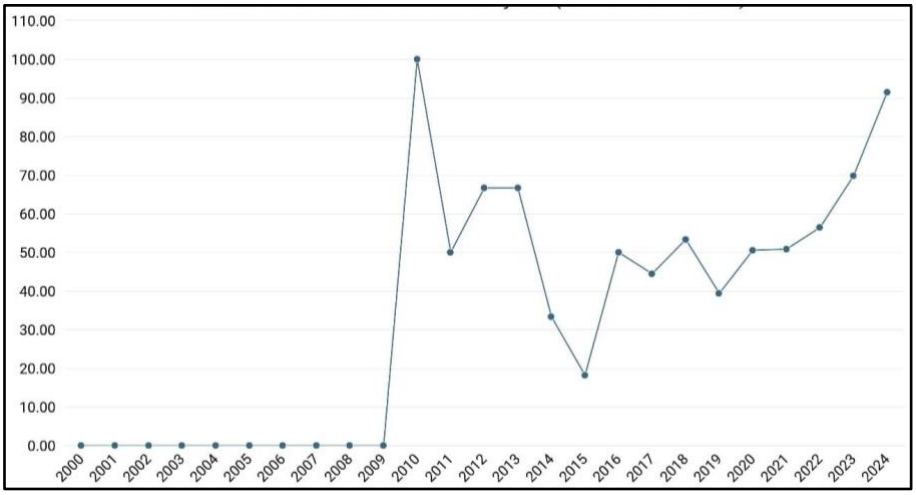
Lonjakan jumlah publikasi tahunan yang tersitasi pada tema riset faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur seiring dengan lonjakan tren publikasi pada tahun 2020. Tercatat rata-rata hanya 3 publikasi tahunan yang mendapatkan sitasi pada periode tahun 2000–2019; namun, meningkat secara signifikan hingga 85 publikasi yang mendapatkan sitasi pada periode tahun 2020–2024. Hal ini menunjukkan jumlah publikasi tematik tahunan yang mendapatkan sitasi tahunan periode tahun 2020–2024 meningkat 3.254% dibandingkan periode dua dekade sebelumnya.

Meskipun demikian, lonjakan jumlah publikasi tematik tahunan yang tersitasi tidak hanya akibat peningkatan tren publikasi; namun juga perlu dipahami bahwa sitasi tidak hanya dari penelitian pada tema yang sama. Sehingga hal ini membuktikan bahwa penelitian-penelitian terbaru pada tema pembelian kopi di Jawa Timur memberikan dampak yang signifikan pada perkembangan penelitian-penelitian lainnya; baik untuk tema yang sama, maupun untuk tema penelitian lainnya (Gunawan et al., 2021; Maulani & Wahyuningsih, 2021; Simorangkir & Rosiana, 2022). Hal ini semakin membuktikan urgensi, dampak akademis, dan kualitas penelitian dengan tema pembelian kopi di Jawa Timur pada periode tahun 2020 ke atas.

Meningkatnya urgensi, dampak akademis, dan kualitas penelitian dengan tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur pada periode tahun 2020 ke atas juga dibuktikan dari tingginya persentase publikasi tematik tahunan yang tersitasi. Hasil analisis menunjukkan peningkatan persentase publikasi tematik tahunan yang tersitasi sejak tahun 2020. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase publikasi tahunan tematik tersitasi, yang ditunjukkan pada Gambar 4.

Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt



Gambar 4. *Persentase publikasi tahunan tematik tersitasi pada kurun waktu 2000–2024*

Persentase publikasi tahunan tematik tersitasi pada kurun waktu 2000–2024 menunjukkan tren peningkatan yang berkelanjutan; terutama pada tahun 2023–2024. Meskipun secara persentase publikasi tahunan tematik tersitasi tertinggi pada tahun 2010, namun jumlah publikasi tematik yang diterbitkan pada tahun 2010 hanya 1 publikasi saja. Sebaliknya, rata-rata jumlah publikasi tahunan yang dihasilkan pada tahun 2000–2024 sebanyak 127 publikasi per tahunnya. Tercatat secara berurutan, 47 publikasi tersitasi pada tahun 2020, 62 publikasi tersitasi pada tahun 2021, 57 publikasi tersitasi pada tahun 2022; dan terjadi lonjakan dimana tercatat 118 publikasi tersitasi pada tahun 2023, dan 139 publikasi tersitasi pada tahun 2024. Sekali lagi, hasil analisis ini semakin menguatkan urgensi, dampak akademis, dan kualitas penelitian dengan tema pembelian kopi di Jawa Timur pada periode tahun 2020 ke atas.

3.2 Analisis Penulis dan Afiliasi

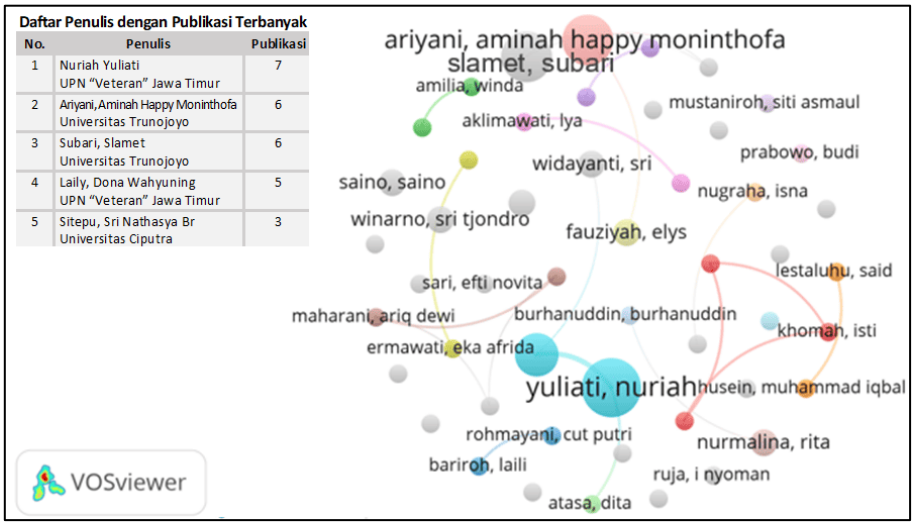
Analisis penulis dan afiliasi menunjukkan penulis dan afiliasi yang memberikan kontribusi terbesar berdasarkan jumlah publikasi dan sitasi pada tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur. Secara umum, penulis dan afiliasi yang memberikan kontribusi terbesar pada tema ini berasal dari Provinsi Jawa Timur. Secara teknis, kedekatan wilayah penelitian menjadi faktor utama yang menyebabkan kontributor utama pada tema ini berasal dari Provinsi Jawa Timur. Secara spesifik analisis penulis dan afiliasi akan dibahas lebih lanjut.

3.2.1 Analisis Penulis

Analisis penulis menunjukkan penulis per-orangan yang memberikan kontribusi terbesar berdasarkan jumlah publikasi dan sitasi pada tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa penulis-penulis dari wilayah Provinsi Jawa Timur adalah kontributor utama pada tema ini. Penulis dengan publikasi terbanyak dan peta *co-authorship* ditunjukkan pada Gambar 5.

Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt



Gambar 5. *Penulis dengan publikasi terbanyak dan peta co-authorship untuk penelitian tematik pada kurun waktu 2000–2024*

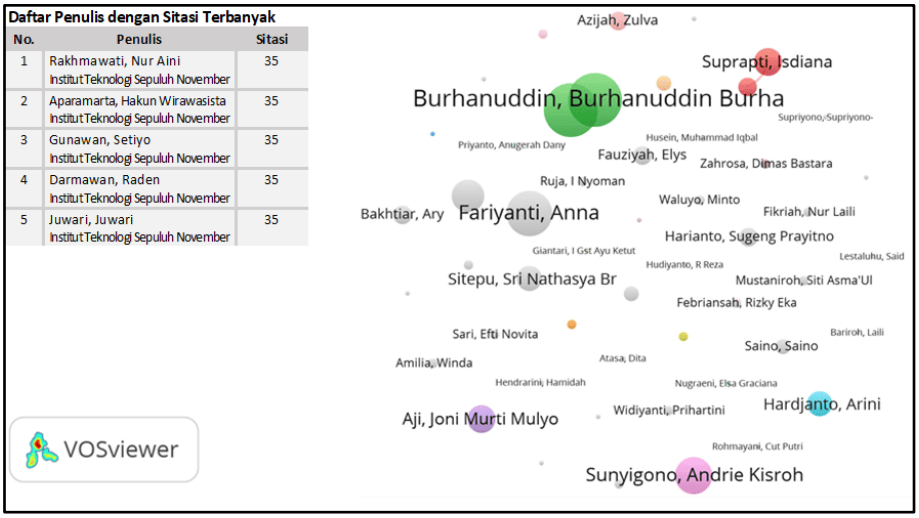
Hasil analisis menunjukkan bahwa selama periode 2000–2024, jumlah publikasi terbanyak untuk perorangan adalah tujuh publikasi. Namun, hasil analisis dokumen juga menemukan bahwa publikasi-publikasi oleh penulis-penulis terkemuka pada tema ini dipublikasikan pada tahun 2020-2024. Hal ini menunjukkan bahwa tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur menjadi tema kontemporer.

Selain itu, hasil analisis peta *co-authorship* untuk penelitian tematik juga menunjukkan hubungan *co-authorship* antara penulis-penulis terkemuka; namun, terlihat bahwa hanya terdapat beberapa kluster hubungan antar peneliti. Hubungan tersebut terkluster pada afiliasi perguruan tinggi yang sama, dan terkoneksi lemah (garis hubungan tipis). Hal ini menunjukkan bahwa penelitian pada tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur belum menjadi tema kerja sama riset antar peneliti maupun antar perguruan tinggi.

Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis berdasarkan jumlah sitasi, menunjukkan bahwa jumlah sitasi terbanyak dari penulis-penulis tematik adalah sebanyak 35 sitasi. Namun, berdasarkan hasil analisis lebih lanjut, jumlah sitasi tersebut berasal dari satu dokumen yang sama (Gunawan et al., 2021). Hasil analisis peta sitasi menunjukkan bahwa penulis-penulis dengan jumlah sitasi terbanyak, justru tidak masuk dalam peta sitasi penelitian tematik. Hal ini menunjukkan bahwa dokumen tersebut (dokumen dengan jumlah sitasi terbanyak) justru disitasi oleh penelitian di luar tema tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur. Penulis dengan sitasi terbanyak dan peta sitasi ditunjukkan pada Gambar 6.

Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt

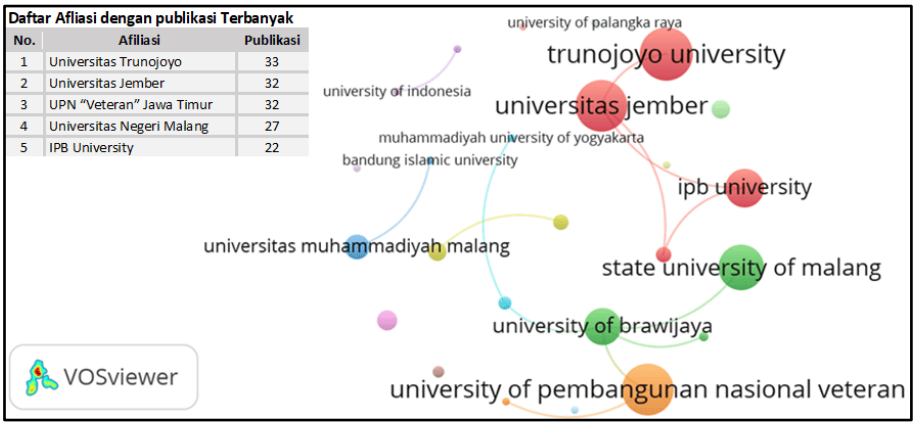


Gambar 6. *Penulis dengan sitasi terbanyak dan peta sitasi untuk penelitian tematik pada kurun waktu 2000–2024*

Hasil analisis peta sitasi justru menunjukan penulis-penulis tersitasi untuk penelitian tematik tidak membentuk kluster-kluster hubunganan antar penleiti. Adapun dua kluster yang menghubungkan antar dua peneliti dengan hubungan/koneksi yang sangat lemah (garis hubungan tipis). Hal ini tidak hanya semakin menunjukkan bahwa penelitian pada tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur belum menjadi tema kerja sama riset antar peneliti maupun antar peguruan tinggi; namun juga menunjukkan bahwa tidak adanya kesinambungan riset antar peneliti dan antar peguruan tinggi pada tema ini (Ariyani et al., 2022; Febrianto et al., 2023; Gunawan et al., 2021; Pramurdjito et al., 2023; Sari & Sitepu, 2016; Sastra et al., 2023; Sitepu & Christina, 2020).

3.2.2 Analisis Afiliasi

Analisis afiliasi menunjukkan instansi afiliasi yang memberikan kontribusi terbesar berdasarkan jumlah publikasi dan sitasi pada tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur. Instansi tersebut meliputi perguruan tinggi, instansi pemerintah, maupun instansi non-pemerintah. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa perguruan tinggi di wilayah Provinsi Jawa Timur adalah kontributor utama pada tema ini. Namun, pelaksanaan riset tematik masih belum tehubung dengan kuat antar perguruan tinggi. Instansi afiliasi dengan publikasi terbanyak dan peta *co-authorship* ditunjukkan pada Gambar 7.



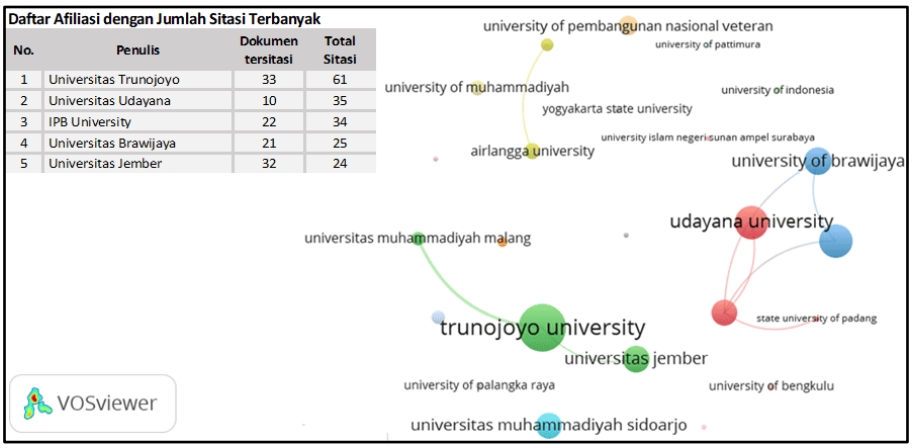
Gambar 7. *Instansi dengan publikasi terbanyak dan peta hubungan publikasi antar instansi untuk penelitian tematik pada kurun waktu 2000–2024*

Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt

Hasil analisis peta hubungan antar instansi afiliasi untuk penelitian faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur juga menunjukkan beberapa kluster hubungan antar perguruan tinggi; namun, hubungan tersebut terkoneksi lemah (garis hubungan tipis). Hal ini menunjukkan bahwa hanya terdapat satu hingga dua judul penelitian tematik yang melibatkan beberapa perguruan tinggi. Merujuk pada hasil analisis hubungan *co-authorship* antar peneliti yang menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan antar peneliti pada perguruan tinggi yang berbeda; maka hasil analisis peta hubungan antar afiliasi dapat mengindikasikan bahwa hubungan antar perguruan tinggi bukan pada pelaksanaan riset tematik. Hubungan tersebut dapat terjadi dalam kerjasama penerbitan artikel (misal: penerbitan artikel pada jurnal perguruan tinggi lain).

Selaras, berdasarkan hasil analisis sitasi untuk setiap instansi afiliasi, menunjukkan bahwa riset tematik terkoneksi lemah (garis hubungan tipis) antar perguruan tinggi pelaksana. Meskipun terdapat kluster-kluster sitasi, namun jumlah sitasi masih antar perguruan tinggi masih sangat sedikit. Instansi afiliasi dengan sitasi terbanyak dan peta sitasi ditunjukkan pada Gambar 8.



Gambar 8. *Instansi dengan sitasi terbanyak dan peta hubungan sitasi antar instansi untuk penelitian tematik pada kurun waktu 2000–2024*

Hasil analisis menunjukkan kecenderungan sitasi internal untuk penelitian faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur, atau sitasi berasal dari perguruan tinggi yang sama. Hal ini dapat dibuktikan dengan perbandingan daftar perguruan tinggi dengan sitasi terbanyak dan garis hubungan sitasi antar perguruan tinggi yang tipis (terkoneksi lemah). Jumlah sitasi perguruan tinggi ternama pada penelitian tematik tidak sebanding dengan ukuran kluster dan besarnya garis hubungan antar perguruan tinggi afiliasi (Ariyani et al., 2022; Gunawan et al., 2021; Pramurdjito et al., 2023; Sari & Sitepu, 2016; Sastra et al., 2023; Sitepu & Christina, 2020).

3.3 Analisis Tematik

Analisis tematik menggunakan analisis *co-occurence* untuk mengidentifikasi struktur tematik dan keterkaitan antar konsep dan topik penelitian melalui kata kunci yang sering muncul dalam literatur. Kata kunci yang paling banyak muncul adalah "*consumer*" (konsumen) dan "produk". Kedua kata kunci tersebut merupakan subjek penelitian yang paling umum muncul dalam penelitian pada tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian produk kopi di Provinsi Jawa Timur.

Hasil analisis menemukan empat kluster tematik dalam penelitian dengan tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian produk kopi di Provinsi Jawa Timur. Peta hubungan tematik dan kata kunci pada penelitian ditunjukkan pada Gambar 9. Selanjutnya akan dibahas analisis kata kunci dan hubungan topik pada setiap kluster.

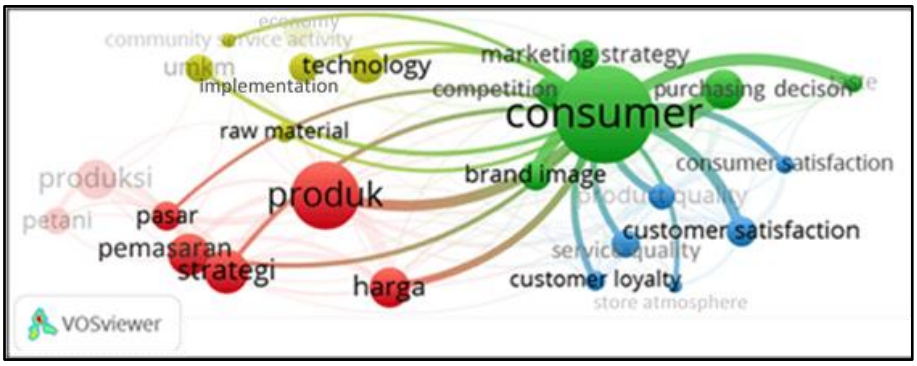
Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt

Gambar 9. *Peta keterkaitan co-occurrence untuk penelitian tematik pada kurun waktu 2000–2024*

3.3.1 Kluster Kata Kunci *Consumer* (Konsumen)

Kluster kata kunci *consumer* (konsumen) merupakan kluster tematik terbesar. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian dengan tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur paling banyak mengangkat fokus pada konsumen. Hubungan antar kata kunci dalam penelitian tematik dapat terjadi dalam satu kluster yang sama, maupun hubungan antar kata kunci antar kluster yang berbeda. Peta hubungan antar kata kunci pada kluster *consumer* (konsumen) untuk penelitian tematik ditunjukkan pada Gambar 10.



Gambar 10. *Peta hubungan antar kata kunci kluster consumer (konsumen) untuk penelitian tematik pada kurun waktu 2000–2024*

Hasil analisis menunjukkan bahwa dalam satu kluster *consumer* (konsumen), kata kunci "konsumen" berasosiasi kuat dengan "*purchasing decision*", "*brand image*", "*competition*", "*marketing strategi*", dan "*taste*". Sedangkan pada hubungan antar kluster, kata kunci "konsumen" berasosiasi kuat dengan "produk", "harga", "*technology*", "*customer satisfaction*", dan "*product quality*". Hal ini menunjukkan bahwa penelitian-penelitian tematik dengan fokus pada konsumen sebagai subjek penelitiannya sering mengangkat topik pembahasan mengenai keputusan pembelian, brand image, kompetisi, strategi pemasaran, *taste*, produk, harga, teknologi, kepuasan konsumen, dan kualitas produk.

Penelitian-penelitian tematik dengan fokus pada konsumen sebagai subjek penelitiannya secara tipikal mengangkat latar belakang isu (permasalahan) utama jumlah pembelian kopi oleh konsumen pada suatu pelaku agribisnis kopi; dimana terjadi penurunan pembelian dan persaingan usaha. Hasil analisis menunjukkan, penelitian-peneitian tematik tersebut umunya memiliki tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh *brand image*, strategi pemasaran, *taste*, produk, strategi, harga, teknologi, dan kepuasan konsumen terhadap pembelian konsumen pada produk kopi di Jawa Timur. Penelitian serupa memiliki urgensi untuk menganalisis langkah-langkah strategis meningkatkan pembelian konsumen pada produk kopi; sehingga dapat meningkatkan keuntungan usaha pelaku agribisnis

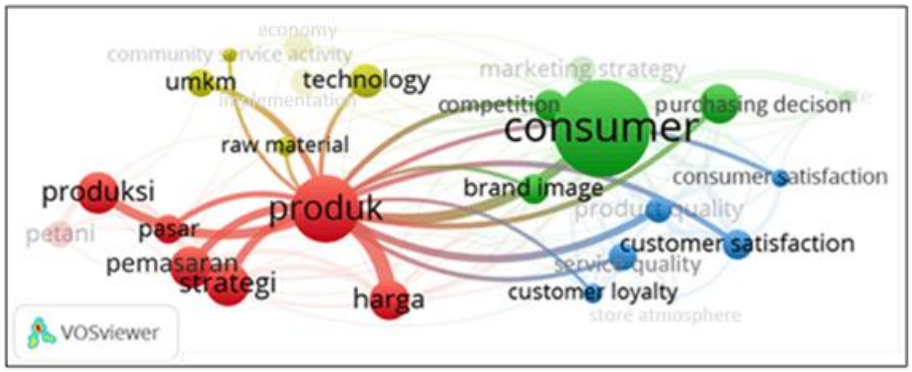
Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt

kopi (Kurniawan, 2019; Prabasiwi & Kusmiati, 2019; Pramurdjito et al., 2023; Rahayu et al., 2024; Romadhon et al., 2023; Simorangkir & Rosiana, 2022; Veliani, 2024; Zahra et al., 2024).

3.3.2 Kluster Kata Kunci Produk

Kluster kata kunci produk merupakan kluster tematik kedua terbesar. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian dengan tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur banyak yang mengangkat fokus pada produk, baik untuk produk primer kopi maupun produk turunan kopi lainnya. Peta hubungan antar kata kunci pada kluster produk untuk penelitian tematik ditunjukkan pada Gambar 11.



Gambar 11. *Peta hubungan antar kata kunci kluster produk untuk penelitian tematik pada kurun waktu 2000–2024*

Hasil analisis menunjukkan bahwa dalam satu kluster produk, kata kunci "produk" berasosiasi kuat dengan "harga", "produksi", "strategi", "pemasaran", dan "pasar". Sedangkan pada hubungan antar kluster, kata kunci "produk" berasosiasi kuat dengan "*consumer*", "*product quality*", dan "umkm". Hal ini menunjukkan bahwa penelitian-penelitian tematik dengan fokus pada produk sebagai subjek penelitiannya sering mengangkat topik pembahasan mengenai harga, produksi, strategi, pemasaran, pasar, konsumen, kualitas produk, dan UMKM.

Penelitian-peneitian tematik dengan fokus pada produk sebagai subjek penelitiannya secara tipikal mengangkat latar belakang isu (permasalahan) utama jumlah pembelian produk kopi, dimana terjadi penurunan pembelian dan persaingan usaha; baik baik untuk produk primer kopi maupun produk turunan kopi lainnya. Penelitian-penelitian tematik juga banyak yang mengangkat subjek penelitian produk-produk UMKM. Produk kopi primer yang populer menjadi objek penelitian-penelitian tematik adalah kopi bubuk; sedangkan produk kopi turunan (sekunder) yang populer menjadi objek penelitian tematik adalah produk-produk minuman kafe dan produk makanan dan minuman olahan kopi lainnya (Dewa & Tranggono, 2022; Febrianto et al., 2023; Herawati et al., 2024; Rahayu et al., 2024; Rohmatillah, 2023).

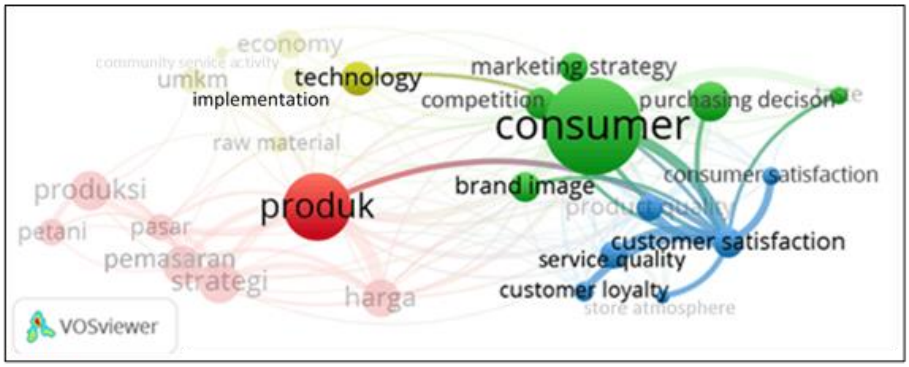
Hasil analisis menunjukkan, penelitian-penelitian tematik tersebut umunya memiliki tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh harga, produksi, strategi, pemasaran, pasar, konsumen, dan kualitas produk terhadap pembelian konsumen pada produk kopi di Jawa Timur. Konsep penelitian-penelitian pada kluster ini tidak lepas dari konsep bauran pemasaran sebagai landasan penelitiannya. Demikian, penelitian serupa juga memiliki urgensi untuk menganalisis langkah-langkah strategis meningkatkan pembelian konsumen pada produk kopi; sehingga dapat meningkatkan keuntungan usaha pelaku agribisnis kopi (Dewa & Tranggono, 2022; Febrianto et al., 2023; Herawati et al., 2024; Rahayu et al., 2024; Rohmatillah, 2023).

Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt

3.3.3 Kluster Kata Kunci *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan)

Kluster kata kunci customer satisfaction (kepuasan pelanggan) bukanlah kluster terbesar; namun kluster ini terhubung kuat dengan kluster consumer (konsumen) dan produk. Kluster kata kunci customer satisfaction menunjukkan beberapa kata kunci populer yang menjadi fokus spesifik penelitian. Kluster ini menunjukkan topik-topik penelitian kontemporer yang mendapatkan perhatian para akademisi. Peta hubungan antar kata kunci pada kluster customer satisfaction untuk penelitian tematik ditunjukkan pada Gambar 12.



Gambar 12. *Peta hubungan antar kata kunci kluster customer satisfaction (kepuasan pelanggan) untuk penelitian tematik pada kurun waktu 2000–2024*

Hasil analisis menunjukkan bahwa dalam satu kluster customer satisfaction, kata kunci "*customer satisfaction*" berasosiasi kuat "*service quality*", "*product quality*", "*customer loyalty*", "*consumer satisfaction*", dan "*store atmosphere*". Sedangkan pada hubungan antar kluster, kata kunci "*customer satisfaction*" berasosiasi kuat dengan "*consumer*", dan "*produk*". Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) menjadi objek penelitian dan topik populer pada penelitian-penelitian dengan subjek penelitian konsumen (*consumer*) dan produk kopi. Selain itu, penelitian-penelitian tematik pada kluster ini sering mengangkat topik khusus dengan pembahasan mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, loyalitas konsumen, dan store atmosphere (Dewa & Tranggono, 2022; Imamah & Iradawaty, 2022; Indrawati & Amalia, 2020; Pramurdjito et al., 2023; Wulandari & Iriani, 2020; Zahra et al., 2024).

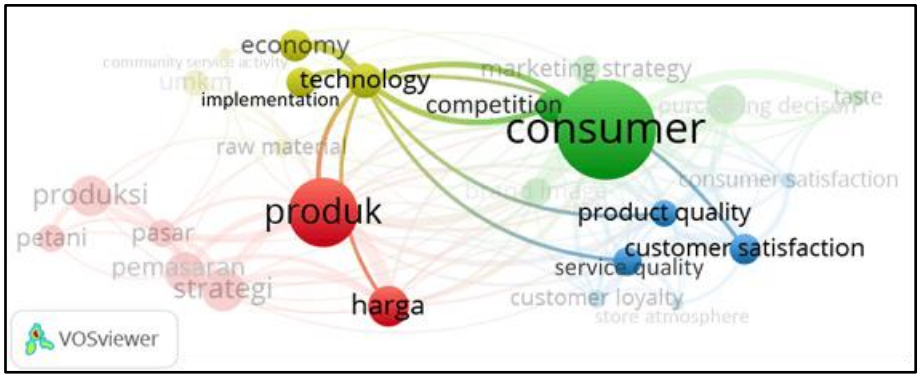
Penelitian-penelitian tematik dengan fokus pada kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) sebagai objek penelitian secara tipikal mengangkat latar belakang isu (permasalahan) utama kepuasan pelanggan dan kaitannya dengan jumlah pembelian produk kopi; dimana kepuasan pelanggan menjadi variabel utama yang mendorong pembelian ulang (*repuchasing*) produk kopi. Hasil analisis menunjukkan, penelitian-penelitian tematik tersebut umunya memiliki tujuan penelitian untuk menganalisis besar/tingkat kepuasan pelanggan, dan variabel-variabel yang memengaruhinya. Demikian, penelitian pada kluster ini memiliki urgensi untuk mengukur besar/tingkat kepuasan pelanggan; dan memberikan analisis strategis peningkatan kepuasan pelanggan untuk mendorong pembelian ulang produk-produk kopi (Dewa & Tranggono, 2022; Imamah & Iradawaty, 2022; Indrawati & Amalia, 2020; Pramurdjito et al., 2023; Wulandari & Iriani, 2020; Zahra et al., 2024).

3.3.4 Kluster Kata Kunci *Technology* (Teknologi)

Kluster kata kunci *technology* (teknologi) merupakan kluster terkecil; baik dari jumlah kata kunci, jumlah dokumen dan hubungan antar kata kunci. Hal ini menunjukkan bahwa pembahasan pada kata kunci dalam kluster ini belum banyak mendapatkan perhatian dari akademisi. Peta hubungan antar kata kunci pada kluster *technology* untuk penelitian tematik ditunjukkan pada Gambar 13.

Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt



Gambar 13. *Peta hubungan antar kata kunci kluster technology (teknologi) untuk penelitian tematik pada kurun waktu 2000–2024*

Hasil analisis menunjukkan bahwa dalam satu kluster *technology*, kata kunci "*technology*" berasosiasi kuat "*economy*", dan "*implementation*". Beberapa kata kunci lain yang muncul dalam kluster ini diantaranya adalah "*raw material*", "*community service activity*", dan "umkm". Namun, beberapa kata kunci dalam kluster kunci *technology* tidak terhubung satu sama lain secara langsung. Kluster *technology* berbeda dengan kluster lain, dimana umumnya kata kunci terhubung dengan kata kunci utama (terbesar). Hal ini menunjukkan bahwa kluster kata kunci *technology* menunjukkan beberapa kata kunci fokus spesifik penelitian yang bisa berdiri sendiri satu sama lain.

Sedangkan pada hubungan antar kluster, kata kunci "*technology*" berasosiasi kuat dengan "*consumer*", "*competition*", dan "*produk*". Berbeda dengan kluster lain, kluster *technology* tidak memiliki banyak hubungan kata kunci antar kluster. Bahkan, hubungan kata kunci antar kluster cenderung lemah. Demikian, kata kunci dalam kluster ini menjadi kata kunci yang sangat kritis untuk penelitian dengan tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur.

Penelitian-penelitian tematik dengan fokus pada teknologi sebagai objek penelitian secara tipikal mengangkat latar belakang isu (permasalahan) utama implementasi dan manfaat penggunaan teknologi. Penelitian-penelitian tematik pada kluster *technology* mengangkat topik khusus dengan pembahasan mengenai penggunaan teknologi, mencakup teknologi tepat guna dan teknologi digital; baik dalam lingkup pengolahan hingga pemasaran (Darmawan, 2021; Pambudi & Suyono, 2020; Rahayu et al., 2024; Rosandiena & Indrojarwo, 2018).

Hasil analisis menunjukkan, penelitian-penelitian tematik tersebut umunya memiliki tujuan penelitian untuk menganalisis implementasi teknologi menjadi variabel utama; yang kerap diasosiasikan dengan dampak ekonomi, kompetisi, hasil produk, hingga pengaruh pada konsumen. Demikian, penelitian pada kluster ini memiliki urgensi untuk menganalisis implementasi dan manfaat teknologi pada industri kopi; dan memberikan analisis strategis peningkatan pembelian produk-produk kopi melalui implementasi teknologi (Darmawan, 2021; Pambudi & Suyono, 2020; Rahayu et al., 2024; Rosandiena & Indrojarwo, 2018).

4 SIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Analisis dokumen menunjukkan tren positif publikasi dan sitasi tahunan; khususnya untuk tahun 2020–2024, dimana terjadi lonjakan jumlah publikasi dan sitasi tahunan pada penelitian tematik. Hal ini menunjukkan bahwa tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur menjadi tema kontemporer yang mendapatkan perhatian akademisi. Sedangkan analisis penulis dan afiliasi menunjukkan bahwa kontributor utama pada tema ini berasal dari Provinsi Jawa Timur. Secara teknis, kedekatan wilayah penelitian menjadi faktor utama yang menyebabkan kontributor utama pada tema ini berasal dari Provinsi Jawa Timur. Analisis tematik menunjukkan kata kunci

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt

"consumer" (pelanggan) dan "produk" menjadi subjek penelitian yang paling umum muncul dalam penelitian pada tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Provinsi Jawa Timur. Hasil analisis menemukan empat kluster kata kunci dalam penelitian tematik; sebagai berikut:

1. Kluster consumer: berfokus pada konsumen sebagai subjek penelitiannya; topik pembahasan utama mengenai keputusan pembelian, brand image, kompetisi, strategi pemasaran, taste, produk, harga, teknologi, kepuasan konsumen, dan kualitas produk.
2. Kluster produk: berfokus pada produk sebagai subjek penelitiannya; topik pembahasan utama mengenai keputusan pembelian, brand image, kompetisi, strategi pemasaran, taste, produk, harga, teknologi, kepuasan konsumen, dan kualitas produk.
3. Kluster customer satisfaction: berfokus pada kepuasan pelanggan sebagai objek penelitiannya; topik pembahasan utama mengenai kualitas pelayanan, kulaitas produk, loyalitas konsumen, dan store atmosphere.
4. Kluster technology: berfokus pada teknologi sebagai objek penelitiannya; dan berasosiasi kuat dengan kata kunci ekonomi, implementasi, konsumen, dan produk.

4.2 Saran

Penelitian dengan tema faktor-faktor yang memengaruhi pembelian kopi di Jawa Timur menjadi tren penelitian kontemporer yang hingga saat ini masih memiliki urgensi yang kuat. Penelitian dengan tema serupa selanjutnya diharapkan dilakukan melalui kerjasama antar peneliti dan antar universitas. Selain itu, penelitian tematik selanjutnya juga diharapkan dapat melakukan sitasi-sitasi pada penelitian dengan tema serupa; sehingga dapat melanjutkan *milestone* penelitian. Pengembangan penelitian selanjutnya tidak terbatas pada topik-topik penelitian utama; namun juga pada topik-topik kritis penelitian (kata kunci yang belum banyak). Selain itu, penelitian juga dapat mengambil celah penelitian (*research gap*) dari kata kunci yang belum muncul dalam peta tematik. Upaya ini diharapkan mendukung peta penelitian yang berkelanjutan.

5 DAFTAR PUSTAKA

[BPS] Badan Pusat Statistik. (2025). *Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Bahan Minuman Per Kabupaten/Kota*. https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEwNCMy/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-bahan-minuman-per-kabupaten-kota.html

Altarturi, H. H. M., Nor, A. R. M., Jaafar, N. I., & Anuar, N. B. (2023). A bibliometric and content analysis of technological advancement applications in agricultural e-commerce. *Electronic Commerce Research*, *25*(2), 805–848. https://doi.org/10.1007/s10660-023-09670-z

Ariyani, A. H. M., Wulan, A. C., Sunyigono, A. K., & Subari, S. (2022). ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT STRATEGY OF SME RUBATH COFFEE JOMBANG EAST JAVA. *Journal of Integrated Agribusiness*, *4*(2), 21–36. https://doi.org/10.33019/jia.v4i2.3164

Darmawan, V. E. B. (2021). PENERAPAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA ERGONOMICS MESH STRAINER TOOL DALAM PENINGKATAN KUALITAS DAN KUANTITAS PRODUKSI KOPI PADA UMKM DJAPA COFFEE DI KABUPATEN MALANG. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Dan Teknologi (JP2T)*, *2*(2), 106–111. https://doi.org/10.17977/um080v2i22021p106-111

Dewa, R. P., & Tranggono, D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pit-Stop Kopi KIG Gresik dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Nomosleca*, *8*(1), 30–45. https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i1.6569

Febrianto, D., Yuliati, N., & Atasa, D. (2023). PENGARUH SEGMENTASI PASAR TERHADAP

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt

KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFÉ SUPER GLU! RUNGKUT. *AGROTEKSOS Agronomi Teknologi Dan Sosial Ekonomi Pertanian*, *33*(2), 561–571. https://doi.org/10.29303/agroteksos.v33i2.933

Gunawan, S., Juwari, J., Aparamarta, H., Darmawan, R., & Rakhmawati, N. A. (2021). Pendampingan Berkelanjutan Sistem Jaminan Halal Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Sewagati*, *5*(1), 8–14. https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i1.8120

Herawati, A., Listyawati, L., Sarwani, S., Kamariyah, S., & Lestari, D. S. (2024). Penguatan UKM Kopi Rempah Al Jaidi Berbasis Green Economy Di Kecamatan Nglegok, Kabupaten Blitar. *TRANSFORMASI JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT*, *4*(1), 25–39. https://doi.org/10.31764/transformasi.v4i1.22375

Hidayati, F. A., & Prabowo, P. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Konsumen Kopi Kekinian Terhadap Minat Beli Kopi Kekinian Yang Telah Memiliki Sertifikasi Halal. *At-Taradhi Jurnal Studi Ekonomi*, *12*(1), 36–61. https://doi.org/10.18592/at-taradhi.v12i1.4354

Imamah, N., & Iradawaty, S. N. (2022). THE STRATEGY OF COFFEE CUSTOMER SATISFACTION IMPROVMENT THROUGH ATMOSPHERE STORE, DISCOUNTS AND SERVICE QUALITY. *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, *7*(2), 137–146. https://doi.org/10.29407/jae.v7i2.18151

Indrawati, L., & Amalia, D. D. (2020). DAMPAK SENSE, FEEL, THINK, ACT, RELATE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CAFE DI SURABAYA. *Jurnal Bisnis Terapan*, *4*(1), 23–36. https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2497

Kurniawan, F. A. (2019). Pendekatan Business Model Canvas Sebagai Perancangan Strategi Bisnis Baru: *SKETSA BISNIS*, *4*(2), 123–135. https://doi.org/10.35891/jsb.v4i2.1602

Kusuma, V. A. M., Sahabuddin, Z. A., & Hutasoit, P. S. J. K. (2022). Strategi Digital Marketing pada Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat. *Jurnal Cafetaria*, *3*(1), 24–35. https://doi.org/https://doi.org/10.51742/akuntansi.v3i1.492

Maulani, R. D., & Wahyuningsih, D. (2021). Analisis Ekspor Kopi Indonesia pada Pasar Internasional. *Jurnal Pamator Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, *14*(1), 27–33. https://doi.org/10.21107/pamator.v14i1.8692

Mubarak, R. A., Arsyianti, L. D., & Hasanah, N. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bauran Pemasaran Terhadap Intensi Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Minuman Kopi Kekinian. *MANAJEMEN IKM Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, *18*(2), 125–132. https://doi.org/10.29244/mikm.18.2.125-132

Mühl, D. D., & de Oliveira, L. (2022). A bibliometric and thematic approach to agriculture 4.0. *Heliyon*, *8*(5), e09369. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09369

Pambudi, B. S., & Suyono, S. (2020). DIGITAL MARKETING AS AN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDesa) IN EAST JAVA. *Competence Journal of Management Studies*, *13*(2), 121–151. https://doi.org/10.21107/kompetensi.v13i2.6829

Prabasiwi, Y. P., & Kusmiati, A. (2019). FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMSI PRODUK KOPI ARABIKA MATT COFFEE DI KABUPATEN BONDOWOSO. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, *12*(2), 57–66. https://doi.org/10.19184/jsep.v12i2.12205

Pramurdjito, O. I. S., Yuliati, N., & Laily, D. W. (2023). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KOPI (STUDI

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt

PADA KONSUMEN DI SEKALA COFFEE MADIUN). *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, *11*(4), 216–222. https://doi.org/10.23960/jiia.v11i4.7375

Rahayu, L. P., Muntini, M. S., Indarto, B., Arifin, Z., Widianto, M. Y. H., Al Kindhi, B., Priambodo, J., & Adhim, F. I. (2024). Digitalisasi Komoditas dan Hasil Olahan Kopi Desa Pesanggarahan, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur. *Sewagati*, *8*(4), 1879–1890. https://doi.org/10.12962/j26139960.v8i4.1088

Rizal, M., Afrianti, R., & Abdurahman, I. (2021). Dampak Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) bagi Pelaku Bisnis Coffe shop pada Masa Pandemi Terdampak COVID-19 di Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Inspirasi*, *12*(1), 96–105. https://doi.org/https://doi.org/10.35880/inspirasi.v12i1.198

Rizkiyah, N., & Shofiyah, S. (2021). Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal melalui Kawasan Desa Wisata Berbasis Komoditas Unggulan Kopi Liberika (Kba) di Desa Kumpai Batu Atas Kecamatan Arut Selatan Kabupaten Kotawaringin Barat. *Mimbar Agribisnis*, *7*(2), 1572–1584. https://doi.org/10.25157/ma.v7i2.5513

Rohmatillah, R. A. (2023). POTRET KEMASAN MINUMAN JANJI JIWA SEBAGAI MEDIA PENCITRAAN DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM. *Jurnal Ilmu Budaya*, *19*(2), 114–123. https://doi.org/10.31849/jib.v19i2.13366

Romadhon, P. N., Rizqi, A. W., & Hidayat, H. (2023). Analisis Pasar Segmentation, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix 4P Minuman Kopi UD. XYZ. *Jurnal Teknik Industri Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, *9*(1), 80–85. https://doi.org/10.24014/jti.v9i1.22034

Rosandiena, T. T., & Indrojarwo, B. T. (2018). Perancangan Website sebagai Media Penjualan Online IKM di Jawa Timur. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, *7*(1), 44–47. https://doi.org/10.12962/j23373520.v7i1.29544

Sari, F. D. P., & Sitepu, S. N. B. (2016). Peran Faktor Internal dan Faktor Eksternal pada Keberlangsungan Start-Up Bisnis Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, *9*(1), 12–22. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20473/jmtt.v9i1.2783

Sastra, A. O., Yuliati, N., & Atasa, D. (2023). PENGARUH SELF ACTUALIZATION DAN GAYA HIDUP HANGOUT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GENERASI Z DI COFFEE SHOP. *AGROTEKSOS Agronomi Teknologi Dan Sosial Ekonomi Pertanian*, *33*(2), 533–543. https://doi.org/10.29303/agroteksos.v33i2.931

Simorangkir, N. C., & Rosiana, N. (2022). Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Robusta. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, *10*(1), 113–125. https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.1.113-125

Sitepu, S. N. B., & Christina, A. I. (2020). Pengaruh Karakteristik Toko terhadap Pengalaman Konsumen Gerai Kopi. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, *13*(2), 138–159. https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i2.18930

Veliani, H. (2024). Marketing Mix 4P Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Centrale Gelato Malang: *Meraki Journal of Creative Industries*, *2*(01), 37–51. https://doi.org/10.24123/meraki.v2i01.6989

Wulandari, K. A., & Iriani, S. S. (2020). Store Atmosphere dan Gaya Hidup Hedonis sebagai Penentu Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Rolag Kopi Kayoon Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, *8*(3), 909–920. https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p909-920

Zahra, K. A., Winarmo, S. T., & Yuliati, N. (2024). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Starbucks Merr

Jurnal Bisnis Tani
AGRIBISNIS - UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Bisnis Tani, Vol. 11, No. 1, tahun 2025
https://jurnal.utu.ac.id/jbtani
ISSN 2477-3468 (print), 2714-7479 (online)
DOI: 10.35308/jbt

Surabaya. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, *8*(3), 1438–1445. https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.27414