

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pembeli di Kopi Kenangan Menggunakan Metode Regresi Logistik Biner

Aditya Mohamad^{1*}, Agus Setiyanto², Bangkit Widhi Raharjo³, Jerry Heikal⁴
^{1,2,3,4} Universitas Bakrie, Jakarta, Indonesia

Email: adityamohd@gmail.com, agus5499@gmail.com, bangkitwidhir@gmail.com, jerry.heikal@bakrie.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pembeli terhadap Kopi Kenangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi logistik biner dengan menggunakan SPSS. Jumlah sampel sebanyak 68 konsumen yang datang langsung ke Kopi Kenangan, dengan variabel yang digunakan adalah product, packaging, price, services quality, cleanness/ comfort, waiting time, discount, dan interior/ exterior design. Pengumpulan sampel dilakukan melalui pengisian form survey yang diisi oleh 68 konsumen pembeli yang datang langsung ke Kopi Kenangan. Hasil dari survey dituangkan didalam Microsoft Excel kemudian dilakukan normalisasi data. Untuk data Independent Variable yang berbentuk Text akan dikonversi menjadi angka biner yang berarti diwakili angka diantara 0 sampai dengan 1, sedangkan untuk Dependent Variable akan dikonversi menjadi 0 dan 1. Data Independent Variable terdiri dari product, packaging, price, services, cleanness/ comfort, waiting time, discount, dan interior/ exterior design. Data Dependent Variable-nya adalah Satisfactory. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor yang sangat signifikan mempengaruhi kepuasan pembeli adalah variabel product, discount, dan interior/exterior design. Variabel packaging, price, services, cleanness/comfort, dan waiting time tidak signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pembeli di Kopi Kenangan. Dengan akurasi data yaitu sebesar 89,7%. Dari hasil penilaian dari persamaan tersebut diatas dapat disimpulkan dimana terdapat 59 konsumen yang memiliki nilai Satisfactory dan 9 konsumen yang tidak memiliki nilai Satisfactory.

Kata Kunci: Kopi Kenangan, Kepuasan Konsumen, Independent Variable, Dependent Variable, Binary Logistic Regression, Value Proposition.

Abstract

This study aims to analyze various factors that affect buyer satisfaction with Kopi Kenangan. The method used in this study is the binary logistic regression method using SPSS. The number of samples was 68 consumers who came directly to Kopi Kenangan, with the variables used being product, packaging, price, service quality, cleanness/comfort, waiting time, discount, and interior/exterior design. Sample collection was carried out through filling out a survey form filled out by 68 buyer consumers who came directly to Kopi Kenangan. The results of the survey are outlined in Microsoft Excel and then data normalization is carried out. For Independent Variable data in the form of Text will be converted to binary numbers which means it is represented by numbers between 0 to 1, while for Dependent Variables it will be converted to 0 and 1. Independent Variable data consists of product, packaging, price, services, cleanliness/ comfort,

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pembeli di Kopi Kenangan Menggunakan Metode Regresi Logistik Biner

waiting time, discount, and interior/ exterior design. The Data Dependent Variable is Satisfactory. From the results of the study, it can be concluded that the factors that affect buyer satisfaction are the variables of product, discount, and interior/exterior design. The variables of packaging, price, services, cleanliness/comfort, and waiting time did not significantly affect buyer satisfaction at Kopi Kenangan. With data accuracy of 89.7%. From the results of the assessment of the equation above, it can be concluded that there are 59 consumers who have a Satisfactory value and 9 consumers who do not have a Satisfactory value.

Keywords: *Kopi Kenangan, Customer Satisfactory, Independent Variable, Dependent Variable, Binary Logistic Regression, Value Proposition.*

Pendahuluan

Kopi Kenangan adalah salah satu merek kopi yang berkembang pesat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir (Khoirudin & Bintoro, 2021). Dengan strategi bisnis yang agresif dan inovatif, Kopi Kenangan berhasil menarik perhatian konsumen dari berbagai lapisan masyarakat (Fatha, 2017);(Karo & Rozaini, 2023). Bisnis kopi di Indonesia telah mengalami perubahan signifikan, terutama dengan meningkatnya popularitas kopi sebagai minuman sehari-hari dan gaya hidup (Alexander & Nadapdap, 2019). Fenomena ini menciptakan peluang besar bagi pemain industri kopi untuk mengembangkan bisnisnya. Dalam konteks ini, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pembeli khususnya konsumen Kopi Kenangan (Maulani & Wahyuningsih, 2021).

Kopi Kenangan adalah jaringan kopi grab-and-go yang tumbuh paling cepat di Indonesia sejak didirikan pada tahun 2017 (Zulfahmi & Heikal, 2024). Dengan misi menyebarkan kecintaan terhadap kopi Indonesia ke seluruh Asia, mereka berhasil menjual lebih dari 30 juta cangkir kopi pada tahun 2020. Perusahaan ini telah memperkerjakan lebih dari 5000 karyawan dan mengoperasikan lebih dari 800 gerai di 45 kota di Indonesia. Sebagai unicorn F&B pertama di Asia Tenggara, Kopi Kenangan terus berinovasi dan berkembang, menargetkan ekspansi lebih luas di pasar internasional. Fokus utama mereka adalah memberikan pengalaman kopi berkualitas dengan harga terjangkau melalui pendekatan teknologi yang modern dan efisien (Sani, Ustriyana, & Wijayanti, 2021).

Komitmen Kopi Kenangan terhadap kualitas produk dan layanan pelanggan telah membuat mereka menjadi salah satu brand kopi terkemuka di Asia Tenggara (Jamil, 2019). Mereka juga menawarkan berbagai produk inovatif seperti Cerita Roti, Chigo, dan Kenangan Manis, yang semakin memperkaya pilihan konsumen. Melalui strategi pemasaran yang kuat dan adaptasi cepat terhadap perubahan pasar, Kopi Kenangan berhasil mempertahankan pertumbuhan yang signifikan bahkan selama masa pandemi (Manalu, Harianto, Suharno, & Hartoyo, 2020);(Desnky, Syaparuddin, & Aminah, 2018).

Dengan dukungan investasi yang besar, mereka berencana untuk terus memperluas jangkauan mereka, baik di dalam maupun di luar Indonesia, dengan membuka lebih banyak gerai dan memperkenalkan lebih banyak produk inovatif yang memenuhi selera konsumen modern (Hasbullah et al., 2021). Visi mereka adalah menjadi

merek yang paling dicintai di Asia Tenggara dengan komitmen kuat terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas produk.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pembeli adalah dengan menggunakan metode regresi logistik biner. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang bersifat biner, dalam hal ini adalah keputusan pembelian konsumen. Untuk mendapatkan data yang relevan, tim peneliti kami telah menyusun serangkaian pertanyaan survei yang ditujukan kepada konsumen Kopi Kenangan. Pertanyaan-pertanyaan ini dirancang untuk mengungkap berbagai aspek yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian mereka, seperti demografi, pendapatan, frekuensi pembelian, penilaian terhadap produk, kemasan, harga, kualitas pelayanan, kebersihan, waktu tunggu, diskon, dan desain interior serta eksterior gerai.

Pertama-tama, penting untuk memahami profil konsumen yang menjadi target pasar Kopi Kenangan. Dalam survei kami, pertanyaan mengenai nama, gender, umur, status menikah, pekerjaan, dan pendapatan bulanan memberikan gambaran mengenai karakteristik demografi konsumen. Faktor-faktor demografi ini dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk kopi. Misalnya, konsumen yang berpenghasilan tinggi mungkin lebih cenderung untuk memilih produk kopi premium dengan harga yang lebih mahal, sedangkan konsumen yang berpenghasilan rendah mungkin lebih sensitif terhadap harga dan cenderung memilih produk dengan harga yang lebih terjangkau.

Selain itu, area tempat tinggal konsumen juga dapat mempengaruhi frekuensi pembelian kopi. Konsumen yang tinggal di area perkotaan dengan akses mudah ke gerai Kopi Kenangan mungkin lebih sering melakukan pembelian dibandingkan dengan konsumen yang tinggal di daerah pinggiran atau pedesaan. Frekuensi pembelian ini juga dipengaruhi oleh seberapa sering konsumen merasa puas dengan produk dan layanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan (Arda, Aulia, & Heikal, 2024).

Penilaian konsumen terhadap produk-produk Kopi Kenangan merupakan faktor penting lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pembeli. Dalam survei kami, kami mengajukan pertanyaan mengenai bagaimana konsumen menilai produk-produk Kopi Kenangan secara keseluruhan. Penilaian ini mencakup rasa, aroma, dan kualitas bahan baku yang digunakan. Konsumen yang merasa puas dengan kualitas produk kemungkinan besar akan melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

Kemasan produk juga memainkan peran penting dalam menarik kepuasan pembeli. Desain dan bentuk kemasan, seperti cup holder, dapat memberikan pengalaman visual yang menyenangkan bagi konsumen. Penilaian terhadap kemasan produk dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai produk tersebut. Kemasan yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan daya tarik produk dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Harga merupakan faktor yang tidak dapat diabaikan dalam keputusan pembelian. Dalam survei kami, kami menanyakan kepada konsumen bagaimana mereka menilai

harga produk-produk Kopi Kenangan. Konsumen yang merasa harga produk sesuai dengan kualitas yang ditawarkan kemungkinan besar akan lebih loyal terhadap merek tersebut. Sebaliknya, jika konsumen merasa harga terlalu tinggi atau tidak sebanding dengan kualitas, mereka mungkin akan mencari alternatif lain.

Kualitas pelayanan juga menjadi aspek penting dalam menentukan kepuasan dan loyalitas konsumen. Survei kami mencakup pertanyaan mengenai bagaimana konsumen menilai kualitas pelayanan di gerai Kopi Kenangan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan efisien dapat meningkatkan pengalaman konsumen dan mendorong mereka untuk kembali melakukan pembelian. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat menurunkan kepuasan pembeli dan merusak citra merek.

Kebersihan gerai juga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen cenderung lebih nyaman dan aman melakukan pembelian di tempat yang bersih dan terjaga higienisnya. Oleh karena itu, kami menanyakan kepada konsumen bagaimana mereka menilai kebersihan di gerai Kopi Kenangan. Penilaian ini penting untuk memastikan bahwa standar kebersihan yang tinggi selalu diterapkan di setiap gerai.

Waktu tunggu pembelian juga menjadi salah satu faktor yang kami teliti dalam survei ini. Konsumen yang harus menunggu terlalu lama untuk mendapatkan pesannya mungkin merasa tidak puas dan enggan untuk kembali (Marna, Saftari, Jana, & Maxrizal, 2021). Sebaliknya, waktu tunggu yang singkat dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian berulang (Jamiati, Murdiana, Annisa, Amalia, & Hidayat, 2022).

Pemberian diskon juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk menarik kepuasan pembeli. Dalam survei kami, kami menanyakan kepada konsumen bagaimana mereka menilai pemberian diskon atas pembelian di Kopi Kenangan. Diskon yang menarik dapat memberikan insentif tambahan bagi konsumen untuk melakukan pembelian, terutama bagi mereka yang sensitif terhadap harga (Riyani, Kristianto, Wulandari, & Heikal, 2024). Terakhir, desain interior dan eksterior gerai Kopi Kenangan juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap merek tersebut. Desain yang menarik dan nyaman dapat menciptakan suasana yang menyenangkan bagi konsumen, sehingga mereka lebih betah untuk berada di dalam gerai dan melakukan pembelian. Oleh karena itu, kami menanyakan kepada konsumen bagaimana mereka menilai desain interior dan eksterior di area Kopi Kenangan.

Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pembeli terhadap Kopi Kenangan. Dengan menggunakan metode regresi logistik biner, kami berharap dapat menemukan hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti dengan keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen Kopi Kenangan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi logistik biner dengan menggunakan SPSS. Metode regresi logistik biner digunakan untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel respon (Y) yang bersifat biner (dichotomous) dengan variabel prediktor (X) yang bersifat kategorik atau kontinu. Pengumpulan data akan melibatkan pemantauan faktor-faktor yang terkait dengan kepuasan pembeli di Kopi Kenangan. Data ini kemudian akan dianalisis menggunakan metode regresi logistik biner, yang digunakan untuk mengidentifikasi variabel-variabel kunci yang mempengaruhi keputusan tersebut.

Logistik Biner digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen kontinu atau kategoris (X) terhadap variabel dependen (Y) yang memiliki nilai dikotomis atau biner. Dalam regresi logistik biner, variabel respons Y dapat dibagi menjadi dua kategori. Ketika $Y = 1$, itu menunjukkan kejadian "sukses," sedangkan $Y = 0$ menunjukkan kejadian "gagal."

Regresi logistik biner adalah metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel respons (y) yang bersifat biner dan variabel prediktor (x) yang bersifat kualitatif, atau sebaliknya. Model regresi logistik biner digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel respons (y) dengan beberapa variabel independen. Regresi logistik biner sangat cocok untuk masalah klasifikasi biner yang memiliki dua nilai pada variabel dependen, seperti ya dan tidak atau 0 dan 1.

Regresi Logistik Biner merupakan suatu metode analisis data yang digunakan untuk mencari hubungan antara variabel terikat (y) yang memiliki kategori biner dengan variabel bebas (x) yang bersifat polikotomus. Keluaran dari variabel terikat terdiri dari 2 kategori yang biasanya dinotasikan dengan $y = 1$ yang berarti sukses dan $y = 0$ yang artinya gagal. Jumlah sampel sebanyak 68 konsumen yang datang langsung ke Kopi Kenangan, dengan variabel yang digunakan adalah *product*, *packaging*, *price*, *services quality*, *cleanness/ comfort*, *waiting time*, *discount*, dan *interior/ exterior design*. Persamaan regresi logistik biner yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n)}}$$

Dimana Y adalah probabilitas kepuasan pembeli, β_0 adalah konstanta, $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$ adalah koefisien regresi, dan X_1, X_2, \dots, X_n adalah variabel independen yang diteliti. Model ini memungkinkan kami untuk mengidentifikasi dan mengukur sejauh mana setiap variabel independen mempengaruhi kepuasan pembeli.

Hasil dan Pembahasan

Jumlah sampel sebanyak 68 konsumen yang datang langsung ke Kopi Kenangan, dengan variabel yang digunakan adalah *product*, *packaging*, *price*, *services quality*, *cleanness/ comfort*, *waiting time*, *discount*, dan *interior/ exterior design*. Persamaan regresi logistik biner yang digunakan adalah sebagai berikut:

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pembeli di Kopi Kenangan
Menggunakan Metode Regresi Logistik Biner

Tabel 1. Variable in the Equation

		B	S.e	Wald	df	Sig.	Exp (B)
Step 1*	Product	13.385	4.675	8.199	1	.004	650400.602
	Packaging	-1.840	3.965	.215	1	.643	.159
	Price	3.980	4.571	.758	1	.384	53.496
	Services	.692	4.490	1.137	1	.878	1.998
	Cleanness/Comfort	-4.334	6.064	1.137	1	.286	.013
	WaitingTime	1.007	5.099	.039	1	.844	2.736
	Discount	-6.907	3.153	4.799	1	.028	.001
	Interior/Exterior/Design	10.664	4.850	4.835	1	.028	42784.913
Constant	-5.898	3.135	3.540	1	.060	.003	

- a. Variable (S) entered on step 1: Product, Packaging, price, Services, Cleannes/Comfort, WaitingTime, Discount, Interior/Exterior/Design.

Dari hasil tabel diatas jika signifikan bernilai <0,05 maka variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kinerja (Y), sehingga dapat disimpulkan: a) Variabel *Packaging* (0,643), *Price* (0,384), *Services* (0,878), *Cleanness/Comfort* (0,286), dan *Waiting Time* (0,844) tidak signifikan mempengaruhi kepuasan pembeli (Y). b) Variabel *Product* (0,004), *Discount* (0,028), dan *Interior/Exterior Design* (0,028) mempengaruhi signifikan terhadap kepuasan pembeli (Y).

Dari hasil analisa diatas terdapat tiga (3) variabel yang signifikan mempengaruhi kepuasan pembeli terhadap Kopi Kenangan yaitu variabel *Product*, *Discount*, dan *Interior/Exterior Design*. Variabel yang signifikan dilakukan analisa kedua dengan cara diolah kembali dengan menggunakan SPSS, untuk variabel yang tidak signifikan dikeluarkan atau tidak diolah Kembali untuk dilakukan analisa kedua. Adapun dari hasil analisa kedua tersebut sebagai berikut:

Tabel 2. Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp (B)
Step 1 ^a	Product	12.151	3.612	11.320	1	<.001	189362.609
	Discount	-5.211	2.556	4.156	1	.041	.005
	interior/Exterior/Design	6.614	2.649	6.233	1	.013	745.360
	Constant	-4.715	1.858	6.442	1	.011	.009

- a. Variable (S) entered in the Equation

Variabel *product*, *discount*, dan *interior/exterior design* memiliki nilai signifikan yang kurang dari 0,05 sehingga bisa digunakan untuk memprediksi kepuasan pembeli yang datang langsung di Kopi Kenangan. Dengan menggunakan rumus regresi untuk kepuasan pembeli sebagai berikut:

$$Y = \frac{1}{1 + \exp(-C + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + n)}$$

$$Y = \frac{1}{1 + \exp(-(-4,715 + 6,614 * X_1 - 5,211 * X_2 + 12,151 * X_3))}$$

Cut off untuk variabel *dependent* (Y) tersebut adalah 0,5 dimaksudkan apabila konsumen yang memiliki nilai $Y > 0,5$ maka akan dikatakan konsumen memberikan

ulasan positif atau memiliki kepuasan atas Kopi Kenangan, dan apabila $Y < 0,5$ maka akan dikatakan konsumen tidak memberikan ulasan positif atau tidak memiliki kepuasan atas Kopi Kenangan. Dari 68 konsumen di Kopi Kenangan diatas dan dari perhitungan regresi diketahui hasil prediksi sebanyak 59 konsumen memberikan ulasan positif dan sebanyak 9 konsumen tidak memberikan ulasan positif.

Tabel 3. Classification Table

	Observed		Predicted		Percentage Correct
			Satisfactory .00	1.00	
Step 1	Satisfactory	.00	7	5	58.3
		1.00	2	54	96.4
	Overall Percentage				89.7

a. The cut Value is .500

Berdasarkan Tabel Klasifikasi, dapat dilihat bahwa konsumen yang tidak memberikan nilai *Satisfactory* berdasarkan Observasi dan Prediksi sebanyak 7 konsumen, sedangkan yang memberikan nilai *Satisfactory* sesuai Observasi dan Prediksi sebanyak 54 konsumen, sisanya sebanyak 5 dan 2 konsumen berbeda antara Observasi dan Prediksi, sehingga didapatkan akurasi dari model regresi yang dihasilkan dengan rata-rata akurasi sebesar 89,7%.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang sangat signifikan mempengaruhi kepuasan pembeli adalah variabel *product*, *discount*, dan *interior/exterior design*. Variabel *packaging*, *price*, *services*, *cleanness/comfort*, dan *waiting time* tidak signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pembeli di Kopi Kenangan. Dengan akurasi data yaitu sebesar 89,7%. Dari hasil penilaian dari persamaan tersebut diatas dapat disimpulkan dimana terdapat 59 konsumen yang memiliki nilai *Satisfactory* dan 9 konsumen yang tidak memiliki nilai *Satisfactory*.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pembeli di Kopi Kenangan menggunakan regresi logistik biner, terdapat temuan bahwa variabel *product*, *discount*, dan *interior/exterior design* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pembeli. Untuk dapat terus meningkatkan kepuasan konsumen yang datang langsung untuk melakukan pembelian di Kopi Kenangan, sebaiknya dibuat variasi baru atas produk makanan atau minuman di Kopi Kenangan, memberikan dan mengkampanyekan informasi diskon yang lebih rutin, serta melakukan perbaikan pada desain interior beserta eksterior di area Kopi Kenangan.

BIBLIOGRAFI

- Alexander, Ivan, & Nadapdap, Hendrik Johannes. (2019). Analisis daya saing ekspor biji kopi Indonesia di pasar global tahun 2002-2017. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 12(2), 1–16. <https://doi.org/10.19184/jsep.v12i2.11271>
- Arda, Edvidel, Aulia, Arif, & Heikal, Jerry. (2024). Analysis Of Factors Influencing The Performance Of Payakumbuh City Public Housing And Residential Area Employees

- Using Binary Logistic Regression. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 379–384.
- Desnky, Reyandi, Syaparuddin, Syaparuddin, & Aminah, Siti. (2018). Ekspor kopi Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *E-Journal Perdagangan Industri Dan Moneter*, 6(1), 23–34. <https://doi.org/10.22437/pim.v6i1.4656>
- Fatha, Rima Kartika. (2017). Analisis Permintaan Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat. *Economics Development Analysis Journal*, 6(1), 75–85.
- Hasbullah, U. H. A., Nirwanto, Y., Sutrisno, E., Lismaini, Simarmata, MMT, Nurhayati, Rokhmah, L. N., Herawati, J., Setiawan, R. B., Xyzquolyna, D., & Ferdiansyah, M. K. (2021). *Kopi Indonesia. Yayasan Kita Menulis*.
- Jamiati, K. N., Murdiana, Velda Ardia, Annisa, Khairu, Amalia, Annisa, & Hidayat, Aisiyah. (2022). Membangun Bisnis Online melalui Pelatihan Whatsapp Marketing pada UMKM Pelaku Bisnis Kopi Gayo Lues, Aceh. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1(1), 1–6.
- Jamil, Ahmad Syariful. (2019). Daya saing ekspor kopi di pasar global. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian*, 8(1), 26–35.
- Karo, Laura Elfina Karo, & Rozaini, Noni. (2023). Analisis Pengaruh Produksi Kopi, Luas Lahan dan Kurs Rupiah Terhadap Volume Ekspor Kopi Indonesia Periode Tahun 2010–2020. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(2), 23–33.
- Khoirudin, Rifki, & Bintoro, Diki. (2021). Analisis Perdagangan Komoditas Kopi Antara Indonesia Dan 14 Negara Mitra Dengan Pendekatan Model Gravitasi. *Perwira Journal of Economics & Business*, 1(2), 18–27. <https://doi.org/10.54199/pjeb.v1i2.31>
- Manalu, Doni Sahat Tua, Harianto, Harianto, Suharno, Suharno, & Hartoyo, Sri. (2020). Permintaan Kopi Biji Indonesia di Pasar Internasional. *Agriekonomika*, 9(1), 114–126. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v9i1.7346>
- Marna, Marna, Saftari, Maya, Jana, Padrul, & Maxrizal, Maxrizal. (2021). Analisis Regresi Logistik Biner Untuk Memprediksi Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Indeks Prestasi. *Delta: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika*, 9(1), 47–56.
- Maulani, Riska Dwi, & Wahyuningsih, Diah. (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>
- Riyani, Sari, Kristianto, Fajar, Wulandari, Rayuli, & Heikal, Jerry. (2024). PENERAPAN METODE REGRESI LOGISTIK BINER DENGAN MENGGUNAKAN PHYTON UNTUK MENGANALISA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERHADAP PROBABILITAS PEMBUKAAN REKENING PADA BANK X. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(2), 438–449.
- Sani, Penina Dolfina, Ustriyana, I. Nyoman Gede, & Wijayanti, Putu Udayani. (2021). Pengaruh Tingkat Produksi, Konsumsi, dan Harga Kopi terhadap Impor Kopi di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata ISSN*, 2685, 3809.
- Zulfahmi, Muhammad Riko Yohansyah, & Heikal, Jerry. (2024). Analisis Prediksi financial Distress Perusahaan Industri Kimia Dasar. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 488–505.

Copyright holder:

Aditya Mohamad, Agus Setiyanto, Bangkit Widhi Raharjo, Jerry Heikal (2024)

First publication right:

Syntax Admiration

This article is licensed under:

