

DAFTAR PUSTAKA

- Abhyamanta, K. E., Antara, M., & Anggreni, I. G. A. . L. 2022. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian pada Coffee Shop di Kota Denpasar. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 666-677.
- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. 2014. Analysing the effect of media sosial on brand attitude and purchase intention: the case of Iran Khodro company. *Social and Behavioral Science*, 822-826.
- Adji, M., & Rahayu, L. M. 2019. Representasi Gaya Hidup Dan Tradisi Minum Kopi Dalam Karya Sastra. *Patanjala : Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 11(3) 381-398.
- Alma, H. B. 2018. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Vol. 16, Issue 01). Bandung: Alfabeta.
- Anwar, S., & Gustina, L. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* , 2253-2265.
- Berman, B., & Evans, J. R. 2018. *Retail management : A Strategic Approach*. New Jersey (8).
- Brown, A. 2020. Everything You've Wanted to Know About Gen Z But Afraid to Ask. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/abrambrown/2020/09/23/everything-youwanted-to-know-about-gen-z-but-were-afraid-to-ask/?sh=28e8cf793d19>
- Farizi, H., Mayasari, & Kusumaningrum, R. 2023. Konstruksi Makna dan Perilaku Budaya Ngopi di Starbucks. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 320–328.
- Fetriszen, & Aziz, N. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints* , 1-9.
- Francis, T., & Hoefel, F. 2018. True Gen: Generation Z and Its Implications for Companies. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packagedgoods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ginting, L. N., Herlis, Y. O., & Intan, D. R. 2022. Mengukur Store Atmosphere dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cokelat Klasik Cafe And Garden Malang. *Mahatani: Jurnal Agribisnis (Agribusiness and Agricultural Economics Journal)*, 5(1), 370-380.
- Halim, J. M., Soeprapto, V. S., & Julianto, E. 2023. Analisis Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian di Groen Kopi. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 430-439.
- Hammammukti, G., Widiartanto, & Saryadi. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Word of Mouth, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Sana Jakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12 (2), 698-708.
- Humaidi, E., Analiasari, A., & Fatih, C. 2021. Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian di Coffee Shop. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 6(2), 72-77.
- Humaidi, E., Analiasari, A., & Unteawati, B. 2023. Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kopi di Coffe Shop. *AGRIMOR*, 8(2), 53-60.
- Insani, S. F., Syahrial, Y., & Putra, A. P. 2022. Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari Article Info. *Jurnal Warta LPM*, 25(1), 44-56.
- Julianti, N. L., Nuridja, M., & Meitriana, M. A. 2014. Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida Tahun 2014. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1-11.
- Kacen, J., Hess, J., & Walker, D. 2012. Spontaneous selection: The influence of product and retailing factors on consumer impulse purchases. *Journal of consumer psychology*, 578-588.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2017. *Manajemen Pemasaran Jilid I & II*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2019. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kundrat, Lily Sumarti, & Ajidani Ichwanudin. 2022. Pengaruh 4P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus di Kedai Bob's Lounge). *AGRO TATANEN Jurnal Ilmiah Pertanian*, 4(2), 35-42.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. 2020. Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on

- Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang* 5(2), 100-110.
- Murtiningsih, D. 2023. Pengaruh Word of Mouth, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi. *JUDICIOUS* 4 (1), 29-37.
- Nazir, M. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nuraini, A., & Samadi. 2023. Budaya Minum Kopi bagi Kalangan Gen Z terhadap Pola Sebaran Coffee Shop di Kelurahan Ceger Jakarta Timur. *Parameter*, 1-10.
- Nursiyono, J. A., & Nadeak, P. 2016. *Setetes Ilmu Regresi Linier*. Malang: MNC Publishing.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. 2015. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pramurdjito, O. I., Yuliati, N., & Laily, D. W. 2023. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi (Studi pada Konsumen di Sekala Coffee Madiun). *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 11(4), 216-222.
- Pratiwi, N. M. I., & Yasa, N. N. K. 2019. The effect of store atmosphere, social media marketing, and lifestyle on purchase decisions on consumers of the Alleyway café. *European Journal of Management and Marketing Studies*.
- Purnama, A. R., & Wardhani, N. I. 2023. Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Tadakopi Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4390-4396
- Putra, J. C., & Talumantak, R. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Kenangan Kota Kasablanka. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional* 4 (3), 26-39.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., & Firmansyah, H. 2021. *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* Cirebon: Insania.
- Rianti, A. S. 2023. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Point Equilibrium Manajemen dan Akuntansi* 4(2), 130-138.
- Risnawati, & Rojuaniah. 2021. Pengaruh Harga, Word Of Mouth, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Kenangan pada Generasi Z. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Esa Unggul (JAME)*, 1-18.

- Riyanto, S., & Hatmawan, A .. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Sleman: Deepublish.
- Rukmayanti, & Fitriana. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis* 12(2), 206-217.
- Safrida, S., Marsudi, E., & Jannah, P. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Warung Kopi SolongUlee Kareng Kota Banda Aceh. *Jurnal Agrisepe*, 21(2), 70–80.
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. 2022. Pengaruh Kepercayaan, Tampilan dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 139-147.
- Siswanto, T. 2013. Optimalisasi Media sosial Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity*, 80-86.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. 2018. *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. 2019. Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 26 (2), 146-154.
- Tjiptono, F. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2*. Medan: Andi.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Medan: Andi.
- Turley, L., & Milliman, R. 2000. Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of the Experimental Evidence. *Journal of Business Research*, 193-211.
- Umstead, Jennifer. on 14 February. 2017. <https://www.ogilvy.com/topics/ecommerce/therise-of-gen-z-in-the-ecommerce-space/>

Vikar, K., Irianto, H., & Adi, R. K. 2021. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Surakarta. *AGRISTA* 9(4), 52-64.

Weinberg, T. 2009. *The New Community Rules: Marketing on the Social Web* (1st ed.). O'Reilly Media, Inc.

Wibowo, M., & Rusminah. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi pada Coffee Shop Komunal . *Jurnal Distribusi*, 9 (2), 119-136.

Widarjono, A. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.