

DAFTAR PUSTAKA

- Aqidah, W. (2023). ANALISIS PERILAKU KONSUMSI IMPULSIVE BUYING REMAJA GEN-Z PADA MARKETPLACE SHOPEE LIVE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UNZAH). *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 2774–5570.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bado, B., Tahir, T., & Supatminingsih, T. (2023). Studi Social Climber Gen-Z dan Perilaku Ekonominya. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 4(1), 503–526.
- Bhakti, C. P., & Safitri, N. E. (2017). Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan. *Konseling GUSJIGANG*, 3(1), 10.
- Chotimah, T. H., & Parantika, A. (2022). Analisis Perilaku Pelanggan Generasi Y dan Z dalam Memilih Coffe Shop Brand Lokal. *Open Journal Systems*, 17(1978), 975–982.
- Curatman, A., & Suliyanto, A. S. (2020). Program Loyalitas Pelanggan. In *Deepublish*.
- Cutlip, S. M., & Center, A. H. (1982). *Effective Public Relations*. Prentice-Hall.
- Dayati, & Malik, I. (2023). GenZ Dominasi Pelajar dan Mahasiswa. *Rri.Co.Id*.
- Dharmmesta, S., & Handoko, T. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Dwijayanti, R., & Fikri, S. (2019a). The Behavior Of Student Coffee Connoisseurs. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 67–78. <https://doi.org/10.26533/eksis.v14i2.456>
- Dwijayanti, R., & Fikri, S. (2019b). The Behavior Of Student Coffee Connoisseurs. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 67–78. <https://doi.org/10.26533/eksis.v14i2.456>
- Ekawati, R. N. (2013). *Perilaku Konsumen (Pengembangan Konsep dan Praktik dalam Pemasaran)*. Nora Media Enterprise.
- Goodstats. (2024). Hasil Survei Pola Konsumsi Kopi Orang Indonesia di Tahun 2024. *Goodstats*.
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach (2nd ed)*. West Sussex: Chichester.

- Hastin, T. U., & Fathul, A. A. D. R. (2020). *UMKM di Era Baru Kewirausahaan*. Rizquna.
- Hidayat, K., & Bashori, K. (2016). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Karoline, R., Sunarto, S., Jamalullail, J., & Ariani, N. (2023). Elaboration Likelihood Model (ELM) As Interpersonal Communication in Persuading Consumers in the Era of Disruption. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 4(4), 1048–1054. <https://doi.org/10.38142/ijesss.v4i4.657>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Lestari, T., Karsiningsih, E., & Bahtera, N. I. (2023). Pengaruh Cafe Atmosphere dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z pada Kedai Kopi di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(2), 505. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.02.7>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lukas, A. A. (2016). Komunikasi Persuasif Yang Diperlukan Di Pt. Jala Krida Wisesa. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 1–5.
- Luqmanulhakim, F., Abidin, Z., & Kusumaningrum, R. (2022). KOMUNIKASI PERSUASIF ANTARA PELANGGAN DAN BARISTA COFFEE SHOP. *Open Journal System*, 16(9).
- Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Mauza, P. S. (2018). ANALYSIS OF THE EXISTENCE OF ELEMENTS OF GHARAR AND TADLIS IN MEMBER CARD OPERATIONS IN BUYING AND SELLING. *Jurnal Hukum Dan Keadilan*, 2(1), 24–56.
- Miles, & Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Miswan, M. (2022). *Hubungan ANtara Kelompok Referensi Dengan Minat Beli Online pada Generasi Z*.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian Kualitatif, (Teori dan Aplikasi Disertai dengan Contoh Proposal)*. Yogyakarta: Yogyakarta Press.
- Musika, Y. A. (2022). *BIJI KOPI KHUSUS MESIN ESPRESSO, JANGAN SALAH PILIH*. Ottencoffee. <https://ottencoffee.co.id/majalah/biji-kopi-espresso>
- Nestiti, L. G., Yusuf, Y., & Resdati. (2022). Budaya Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup the Leisure Class Pada Generasi Z Di Coffee Shop Ugoku.Co Dan Titik Kumpul Coffee Brewers Kecamatan Sekupang Kota Batam. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(10), 2599–2608. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i10.2591>
- Nindhita, V., & Arifin, A. (2024). Analisis Faktor Penyebab Fenomena Ngopi Dalam Budaya Work From Cafe: Studi Perilaku Konsumen. *Journal of Social, Culture, and Language*, 2(2), 25–32.
- Nuraini, A., & Samadi. (2023). *BUDAYA MINUM KOPI BAGI KALANGAN GEN Z TERHADAP POLA SEBARAN COFFEE SHOP DI KELUARGA CEGER, JAKARTA TIMUR*. December.
- Permata, P., Rosda, M., & Hanisa, S. L. (2023). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN 555 CAFE DAN RESTO. In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 5, Issue 2).
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion - the really long article. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 1–24.
- Putri, S., Nasution, A. R., Fadillah, A. N., Fauzan, M., & Suhairi. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Secara Persuasif Melalui Media Sosial. *Journal Of Social Science Research*, 3(3), 4556–4563.
- Rachmatunnissa, D., & Deliana, Y. (2020). Segmentasi Konsumen Coffee Shop Generasi Z Di Jatinangor. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 90. <https://doi.org/10.25157/ma.v6i1.2686>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh. In *Indeks Group Media*.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall.
- Semuel, H. (2007). PERILAKU DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN RESTORAN MELALUI STIMULUS 50% DISCOUNT DI SURABAYA. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*, 2(2), 73–80.

- Setiadi, J. N. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Setyo, O. D. P. A. (2024). *Mengenal Coffee Shop Konsep Slow Bar dan Fast Bar, Berikut Perbedaannya*. Jawapos.
<https://www.jawapos.com/lifestyle/013769695/mengenal-coffee-shop-konsep-slow-bar-dan-fast-bar-berikut-perbedaannya>
- Situmorang, J. M. H., Novania, R., & Natalia, C. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Di Restoran Wilayah Kelapa Gading. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.30813/fame.v4i1.2781>
- Soedjono, W., & Limantoro, F. (2018). Analisis Kegiatan Customer Relationship Management Melalui Membership Card Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen: Studi Kasus Pada Sogo Premier Card. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 123. <https://doi.org/10.33021/exp.v1i2.458>
- Stanley, J. R., & Kurnia, P. R. (2017). Pengaruh Customer Satisfaction Dan Membership Card Loyalty Terhadap Store Loyalty Pada Industri Ritel Kategori Minimarket Di Jakarta. *Journal of Management and Business Review*, 10(1), 16–28. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v10i1.67>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen; Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wily, J., Frith, W., & Thomas, S. G. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP EFEKTIFITAS PENJUALAN BAN SEPEDA MOTOR. *Jurnal Bisnis Kolega*, 6(1), 43–56.
- Yakin, M. F. A. (2016). Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Pakaian Wanita di Pasar Pagi Samarinda. *Ekonomia*, 5(3), 298–312.