

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M., & Santi, I. N. (2024). *Pengaruh Suasana Café Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Café Koniciwa Di Kota Palu)*. <https://Jurnal.Univpgri-Palembang.Ac.Id/Index.Php/Ekonomika/Index>
- Andini, L. P., & Pratiwi, R. N. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Milenial Dalam Mengkonsumsi Kopi Di Kota Semarang. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 14, 15–25.
- Anwar, K., Musta'in, M. M., & Muchtar. (2025). Dinamika Konsumsi Kopi Dan Perilaku Pembelian Di D'jombang Café. In *Juriko: Jurnal Ilmu Ekonomi* (Vol. 1).
- Arista, Y. D., & Astuti, W. (2020). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Kota Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 10–19.
- Asosiasi Kopi Indonesia. (2023). *Laporan Industri Kopi Indonesia Tahun 2023*.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran* (S. Assauri, Ed.). Pt Raja Grafindo Persada.
- Astuti, F. S., & Prabowo, H. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Coffee Shop Di Jakarta. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1).
- Azura, N., & Manan, A. (2024). Akses Perempuan Terhadap Ruang Publik (Studi Kasus Coffee Shop Di Banda Aceh). *Adabiaya*, 26(2), 225–233. <https://doi.org/10.22373/Adabiaya.V26i2.21658>
- Azzahra, M., Abdurahman, A. I., & Alamsyah, A. (2023). Fenomena Ngopi Di Coffee Shop Pada Gen Z. *Social Science Academic*, 1(2), 493–506. <https://doi.org/10.37680/Ssa.V1i2.3991>
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta. (2023). *Data Jumlah Coffee Shop Di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2023*. Bappeda Diy. <https://yogyakarta.bps.go.id/publication/2023/09/26/Dd1867e4d3bb00d1150c65fd/statistik-daerah-daerah-istimewa-yogyakarta-2023.html>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Kopi Indonesia 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama, Januari – September 2024*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/statistics-table/1/Mtaxncmx/ekspor-kopi-menurut-negara-tujuan-utama--2000-2024.html>

- Bela, R., Anita, S. Y., & Rahman, T. (2025). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Promosi Terhadap Perilaku Kompulsif Pada Live Streaming Tiktoshop Produk Daviena: Money Attitude Sebagai Variabel Mediasi Ditinjau Dari Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Generasi Z Pengguna Produk Daviena Di Band. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 5(03), 76–88. <https://doi.org/10.54209/Jasmien.V5i03.1292>
- Berman, B., & Evans, J. R. (2018). *Retail Management : A Strategic Approach. In Retail Management : A Strategic Approach*. Prentice Hall.
- Briefer, S. (2025). 6 Strategi Pemasaran Kopi Kenangan Yang Bisa Dicontoh, Catat! <https://stories.briefer.id/2023/11/06/Strategi-Pemasaran-Kopi-Kenangan/>
- Dalilah, N., & Prawoto. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Kenangan. *Mamen: Jurnal Manajemen*, 2(2), 186–197. <https://doi.org/10.55123/Mamen.V2i2.1774>
- Depkes Ri. (2009). *Klasifikasi Umur Menurut Kategori*. Ditjen Yankes.
- Fahriani, N. S., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Di Apotek Bunda Cikembar. *Optimal Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 1–11. <https://doi.org/10.55606/Optimal.V2i3.431>
- Fajrin, D., Dhimas Prasetya, Y., & Thaib, M. (2023). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Gen Z Ke Suba Coffee*. 167–174. www.bps.go.id
- Farizky, M. I., Thalib, S., & Hendratni, T. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Di “What’s Good Coffee.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(2), 92–103.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25. 9 Ed.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M., Kahfi, A. H., & Alamsyah, D. P. (2019). Analisa Pengaruh Mobile Application Dalam Menunjang Keberhasilan Wirausaha Di Kota Bekasi. *Jurnal Informatika*, 6(1), 47–52. <https://doi.org/10.31294/Ji.V6i1.4989>
- Hatmawan, A. A., & Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 7(2), 56–64.

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Utomo Press.
- Jannah, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dhapukupi Di Banda Aceh*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing (12th Ed)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management (13th Ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson Education.
- Kurniawati, D., & Umam, M. , K. (2025). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Perilaku Impulsive Buying Melalui Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Pengguna Gen Z Di Surakarta. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Komunikasi (Ebic)*, 12(1).
- Leonica, S., Kosasih, W., & . A. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Kopi Dengan Metode Conjoint Analysis Dan Kansei Engineering: Studi Kasus Umkm Kopi Bangli. *Jurnal Mitra Teknik Industri*, 1(1).
<https://doi.org/10.24912/Jmti.V1i1.18267>
- Lieyanto, D. M., & Pahar, B. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Bip's Jurnal Bisnis Perspektif*, 13(2), 88–101.
<https://doi.org/10.37477/Bip.V13i2.216>
- Listianto, Y. I., & Putri, L. R. W. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(2), 5663–5671.
<https://doi.org/10.31004/Riggs.V4i2.1484>
- Maulidi, A. (2017). *Panduan Lengkap Berbisnis Kafe*. Penerbit Qanita.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Novitasari, R., & Ariyanto, B. (2021). Perilaku Konsumsi Kopi Mahasiswa Di Kedai Kopi Modern Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 45–53.
- Nugraini, R. (2023). *Tomoro Coffee Agresif, 1 Tahun Punya 200 Gerai, Kini Ambisi Buka 2 Kedai Tiap Hari Usai Dapat Suntikan Rp158 M*. Hops.Id.
<https://www.hops.id/unik/29410624228/tomoro-coffee-agresif-1-tahun->

- Nursaidah, M., Bastian, A. F., & Sukaesih, I. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kopi Janji Jiwa Jilid 35 Kota Tangerang)*. 28(1).
- Widyantari, I. N., Haana, H. P., Suprihanti, A., Kurniati, D., Ibrahim, H., Yuliawati, Kaddas, F., Nurcahyadi, A., Latifa, D., Saputra, D. S., Mutia, A. S., & Hamidah, R. (2025). *Manajemen Pemasaran*. Cv Hei Publishing Indonesia. www.Heipublishing.Id
- Oktaviani, D. (2020). *Skripsi Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Iain Metro*.
- Pramudita, B. C., & Setyowati, D. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Coffee Shop Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 184–191.
- Regina, T. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 13(1), 50–57. <https://doi.org/10.56486/Kompleksitas.Vol13no1.501>
- Salsabillah, F. F., & Wardani, N. I. K. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Starbucks Coffee Surabaya Merr). *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 442. <https://doi.org/10.33087/Jmas.V8i1.775>
- Sari, N. P., & Susanti, L. (2020). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Coffee Shop Di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 223–230.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (2015). *Consumer Behavior: 11th Edition*. Pearson.
- Siregar, H. F., Siregar, Y. H., & . M. (2018). Perancangan Aplikasi Komik Hadist Berbasis Multimedia. *Jurnal Teknologi Informasi*, 2(2).
- Sugiyono. (2007). *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran), Edisi Ke-2*. Ghalia Indonesia.
- Suryana, P., Fauziah, R., & Yuliyanti, A. (2024). The Influence Of Store Atmosphere And Sales Promotion On Customer Satisfaction And Its Impact On Customer Loyalty Coffee Shop Kopilogi. *International Journal Of Current*

Science Research And Review, 07(01). <https://doi.org/10.47191/Ijcsrr/V7-I1-27>

Suyudi, T. I. (2025). *Fore Coffee & Paragon Sukses Ekspansi Dengan Ai Google Cloud*. Itworks. <https://www.itworks.id/74473/Fore-Coffee-Paragon-Ekspansi-Ai-Google-Cloud-Indonesia-Berdaia.html>

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (Prinsip & Penerapannya)*. Andi.

Triana, D., Sukoco, H., Farisi, H., & Safitri, A. (2024). Pengaruh Suasana Cafe, Gaya Hidup, Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Cafe. *Jicn: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5). <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>

Triana, N. F., & Handayani, P. W. (2020). Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Kopi Di Coffee Shop Di Jakarta Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 13(1), 105–120.

Utomo, P., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan (Studi Pada Pelanggan Antariksa Coffeeshop Semarang). *Fokus Ekonomi Jurnal Ilmiah Ekonomi*. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>

Wahyudi, N. (2014). Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro Di Kecamatan Sungai Kunjang. *Ekonomia*, 3(3), 136–143.

Wikipedia. (2025). *Kopi Janji Jiwa*. Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Kopi_Janji_Jiwa