

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yani, Rusno, dan Iva Nurdiana Nurfarida. 2022. Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Kaowa Koffie Wajak-Malang. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM): Volume 7, Nomor 2*.
- Akdon, Riduwan. 2007. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Andina, Farah dan Siti Zulaikha. 2024. *Nongkrong di Kafe Sebagai Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni (JISHS). Vol. 3 No. 2 Oktober - Desember 2024 Hal. 831-838.
- Annisa, I. T., & Wijaya, A. P. 2019. Pengaruh keterlibatan dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian jamu masuk angin kemasan. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 122–137.
- Archie, Rita. 2025. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Kopi Lokal*. Juremi: Jurnal Riset Ekonomi. Vol.4 No.6 Mei 2025.
- Arief Junianto. 2024. Bersertifikasi IG, Kualitas Kopi Robusta Merapi Tak Perlu Diragukan, <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2024/12/18/512/1198394/bersertifikasi-ig-kualitas-kopi-robusta-Merapi-tak-perlu-diragukan>, diakses pada 20 Desember 2024 pukul 16.44 WIB.
- Ayu, Yvesta. 2022. "Jogja Punya 3.000 Kedai Kopi, Coba Tebak Berapa Perputaran Uangnya?", <https://mojok.co/kilas/ekonomi/jogja-punya-3-000-kedai-kopi-coba-tebak-berapa-perputaran-uangnya/>, diakses pada 24 Agustus 2022 pukul 19.56 WIB.
- Ayuni, Denisa Putri dan Aulia, Pramitha. 2022. Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi dan Manajemen* URINDO. <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/index>.
- Azzahra, Marsha, Ade Irfan Abdurahman, dan Alamsyah. 2023. *Fenomena Ngopi di Coffee Shop Pada Gen Z*. *Social Science Academic*. Volume 1 Number 2, 493-506.

- Deloitte. 2022. *The Deloitte Global 2022 Gen Z and Millennial Survey*.
https://www.deloitte.com/global/en/issues/work/genzmillennial/survey2022.html?utm_source, diakses pada 21 Desember 2024 pukul 19.06 WIB.
- Erlan Geofanny. 2020. Faktor yang Memengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus : Bumi Kayom Langit Senja Coffee Salatiga). *Agroinfo Galuh : Volume 7 Nomor 2, Mei 2020*, 441- 454.
- Fadhila, S., dkk. 2020. *Pengaruh Sikap Konsumen dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbingan*. Jurnal Sultanist: Volume 8, Nomor 1.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi-9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Nurgiyantoro, S. 2014. Pengaruh Strategi Promosi Melalui *Social Media* Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi Word of mouth Marketing (Studi Pada Konsumen Produk Garskin Merek Sayhello Di Kota Yogyakarta). Yogyakarta: UNY.
- Hastuti, D.S. 2015. Kandungan Kafein pada Kopi dan Pengaruh terhadap Tubuh. *Media Litbangkes*, 25(3): 185 - 192.
- Iba, Zainuddin dan Wardhana, Aditya. 2023. *Metode Penelitian*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irfana, Adrian dan Rubiyanti, Nurfani. 2023. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Brand Erigo di Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, Volume 6 No.7, 5460-5468. <http://Jiip.stkipyapisdompu.ac.id>.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT : Indeks.
- Kotler dan Keller. 2021. *Intisari Manajemen Pemasaran Edisi Keenam*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Lovelock, C, dan John Wirtz. 2011. *“Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7”*. Jakarta: Erlangga.
- McKinsey & Company. 2018. *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company. Diakses dari <https://www.mckinsey.com> pada 10 Maret 2025 pukul 18.06 WIB.

- Michael R. Solomon. 2017. *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being*, : Vol. Global (12th Edition).
- Minor, M. dan Mowen J.C. 2013. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga.
- Nazir, Moh. 2017. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pratiwi, Bela Febriana Nur dan Renny Dwijayanti. 2021. Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kedai Kopi Ruang Temu Kabupaten Tulungagung). *JPTN*. Volume 9 No 3 Tahun 2021.
- Priyambodo, Tri Kuntoro, Bentar Sagara Mukti, dan Siti Nurul Rofiqo Irwan. 2024. *Impact of Coffee Tourist Attractions on Visit Intentions of Generation Y and Z. Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 2024 Vol. 05 (2), 155-169
- Rachmatunnissa, Diana dan Yosini Deliana. 2019. *Segmentasi Konsumen Coffee Shop Generasi Z Di Jatinangor*. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Januari 2019. 6(1): 90-100.
- Raisya, Cheesa Bunga dan Millanyani, Heppy. 2021. Analisis Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Proses Keputusan Pembelian Tiket Pesawat di Website Traveloka pada Masyarakat Kota Depok. *e-Proceeding of Management* : Vol.8, No.4, 3061 - 3075.
- Roessali, Wiludjeng, Ichma Butar Butar, dan Suryani Nurfadhilah. 2023. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Robusta Gunung Kelir. *Jurnal Agromedia*: 41(1), Maret 2023.
- Safrida, Marsudi, E., dan Jannah, P. 2020. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Kopi pada Warung Kopi Solong Ulee Kareng Kota Banda Aceh. *Jurnal Agrisep*: 21(2), 70-80.
- Sari, N. K. M., Hartati, P. S., & Sasmita Dewi, I. A. 2023. *Analisis Perilaku Konsumen Kedai Kopi*. WidyaAmrita: *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(3), 448–458.
- Sciffman, Leon, and Lesslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sudarsono, A. T., & Rum, M. 2021. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Kopi pada Kedai Sehari Sekopi Sidoarjo. *Jurnal Agriscience*, Vol. 2, No. 2, 408-427.
- Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.

- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi. 2002. *Metode Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta : Deepublish.
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku konsumen: teori dan peranannya dalam pemasaran. (2 Ed)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Swastha, Basu, and Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Triahartari dan Raden. 2024. *Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pada Haluan Kopi di Kota Surakarta*. Jurnal Agricultural Socio-economic Empowerment and Agribusiness Journal Vol.3, Nomor 2, 96-107, Desember 2024.
- United States Department of Agriculture (USDA). 2023. *Indonesia Coffee Annual Report 2023*. USDA Foreign Agricultural Service. Retrieved from <https://www.fas.usda.gov>.
- Zahra, A. G. et.al. 2019. Analisis Persepsi Kualitas dan Nilai di Bank Syariah dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Menabung (Studi Kasus di Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen Online*, Vol. 3 No. 1, 163-174.
- Zeithaml, V. A. et.al. 2018. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, Seventh Edition*. New York: McGraw-Hill Education.