

DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association. (2025). Definition of marketing. Dalam Safitri, N., et al. (2025). Jakarta: Prenada Media.
- Assael, H. (2021). Consumer behavior and marketing action. Boston: Cengage Learning.
- Ateta, I. M. S., Susrusa, K. B., & Arisena, G. M. K. (2021). The relation analysis of marketing mix and customer purchase of coffee in Malabar Mountain Café in Bogor City. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(1), 78–88.
- Fitriani, D., & Rahmadani, S. (2024). Strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan daya saing usaha berbasis pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 55–68.
- Fitriyani, D., & Tukiran, M. (2023). Manajemen pemasaran dalam menciptakan nilai pelanggan berkelanjutan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(2), 101–112.
- Halim, A., & Pratama, R. (2023). Analysis of product, price, promotion, and place toward consumer purchase decision on coffee shop customers in Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 134–145.
- Haryanto, T., & Widodo, S. (2023). Kualitas produk dan daya tarik konsumen pada industri kafe modern. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 65–76.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2022). Consumer behavior: Building marketing strategy (14th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Hidayat, A., & Rachmawati, D. (2023). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen pada industri kuliner. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 145–156.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2022). Consumer behavior (8th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Kotler, P. (2021). Marketing management. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi ke-18). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi ke-18). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-16). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-16). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-16). Jakarta: Erlangga.
- Liu, Y. (2023). Relationship marketing and customer value creation in modern business. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 31(2), 145–158.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi ke-4). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Magdalena, F., Tannady, H., & Nurjanah, S. (2022). The influence of marketing mix and service quality on purchase decisions of Dreys Corner Coffee products. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(3), 233–245.
- Maharani, D., & Syah, T. Y. R. (2024). Marketing mix analysis regarding customer intention to purchase at coffee shop premium. *International Journal of Business and Management Studies*, 6(1), 45–56.
- Novitasari, D., Pujangkoro, S., & Lubis, A. (2024). Effect of marketing mix (7P) on purchasing decision at Café Palapa. *Journal of Business Strategy*, 8(2), 90–102.
- Nurhadi, A., & Yuliana, R. (2023). Peran promosi digital terhadap minat beli konsumen generasi muda. *Jurnal Pemasaran Digital*, 5(1), 33–44.
- Oktaviani, R., & Wahyudi, S. (2023). Pengaruh harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen kafe. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 85–96.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2021). *Consumer behavior and marketing strategy*. New York: McGraw-Hill Education.

- Putri, A. R., & Ardiansyah, R. (2023). Inovasi produk dan daya saing usaha kuliner di era modern. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 120–131.
- Putri, A. R., & Hartono, B. (2022). Persepsi harga dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 120–131.
- Putri, A. R., Rahmawati, L., & Siregar, M. (2024). Strategi pemasaran terpadu dan loyalitas pelanggan kafe. *Jurnal Manajemen Strategik*, 12(1), 55–67.
- Raharjo, B., & Sari, D. P. (2023). Persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 77–89.
- Rahman, A., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian konsumen kuliner di Sleman. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 144–156.
- Rahman, A., & Sari, M. (2023). Integrasi bauran pemasaran dalam membangun loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 134–146.
- Rahman, F., & Utami, S. (2022). Pengaruh lokasi dan suasana tempat terhadap perilaku pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(3), 210–221.
- Rangkuti, F. (2021). Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Safitri, N., Rahmawati, D., & Prakoso, A. (2025). Konsep pemasaran modern dan implementasinya dalam bisnis digital. Jakarta: Prenada Media.
- Santoso, A., & Widowati, R. (2022). Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen usaha kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(3), 201–212.
- Saputra, D., Lestari, P., & Nugroho, A. (2024). Pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen kafe. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 66–78.
- Sari, D. P., & Riswana, R. (2022). Perubahan gaya hidup dan perkembangan bisnis kafe di kalangan generasi muda. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 14(1), 45–56.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2022). *Consumer behavior* (13th ed.). New York: Pearson Education.
- Simamora, B. (2022). Panduan riset perilaku konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, M. R. (2023). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (14th ed.). Boston: Pearson Education.

Swastha, B., & Irawan. (2021). Manajemen pemasaran modern. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, F. (2020). Strategi pemasaran (Edisi ke-4). Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2023). Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian. Yogyakarta: Andi.