

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., . . . Tabun, M. A. (2022). *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern*. Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Amirullah. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen: Disertai Contoh Judul Penelitian dan Proposal*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Andreti, J., Zhafira, N. H., Akmal, S. S., & Kumar, S. (2013). The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers' Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 2(6), 72-78.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Azzahra, D. A. (2022, Maret 31). *Survei: Alasan Banyak Orang Suka Ngafe Selama Pandemi, Termasuk Kamu?* Retrieved from <https://www.idntimes.com>: <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/dhiya-azzahra/survei-alasan-suka-ngafe-selama-pandemik?page=all>
- Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Boediono, M., Christian, S., & Immanuel, D. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(1), 1-10.
- Brahim, M. E. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Andi.
- Databoks Katadata. (2018, Desember 12). *Indonesia Masuk Daftar Negara Konsumsi Kopi Terbesar Dunia*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id>: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/12/12/indonesia-masuk-daftar-negara-konsumsi-kopi-terbesar-dunia>
- Databoks Katadata. (2018, Juli 26). *Konsumsi Kopi Rumah Tangga Turun*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id>: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/26/konsumsi-kopi-rumah-tangga-turun>

- Databoks Katadata. (2021). *2021, Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id:https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>
- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business and Banking*, *5(1)*, 149-162.
- Fauzi, A., Punia, I. N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya Nongkrong Anak Muda Di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, *1(1)*, 1-13.
- Febrianingtyas, M., Arifin, Z., & Fanani, D. (2014). Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Survey pada Nasabah Bank Jawa Timur Cabang Gedung Inbis Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *9(2)*, 1-10.
- Hardiyanti, N. Y., & Puspa, R. (2021). Coffee Culture di Indonesia : Pola Konsumsi Konsumen Pengunjung Kafe, Kedai Kopi dan Warung Kopi di Gresik. *Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi*, *1(2)*, 93-106.
- Hastuti, M., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa di Tulungagung). *Ecobuss: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, *8(2)*, 99-102.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022, Agustus 12). *Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar*. Retrieved from <https://smesta.kemenkopukm.go.id:https://smesta.kemenkopukm.go.id/potret-umkm-indonesia-si-kecil-yang-berperan-besar/>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Melinda, M. M. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Vegas Fried Chicken (VFC) di Kota Bandung)*. Bandung: Skripsi Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas.
- Modding, B., Ashoer, M., & Basalamah, J. (2022). *Esensi Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Mukti, M. Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar). *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, *2(1)*, 89-110.

- Mustika, S. (2019, Mei 22). *7 Perbedaan Warung Kopi (Kedai Kopi) dan Kafe (Coffee Shop)*. Retrieved from <https://www.ngopisurabaya.com:https://www.ngopisurabaya.com/2019/05/perbedaan-warung-kopi-dan-kafe.html>
- Napitupulu, D., & Hutabarat, Y. P. (2022). *Manajemen Pemasaran Digital (Perpaduan Teori dan Aplikasi)*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ngugi, I. K., O'Sullivan, H., & Osman, H. (2020). *Consumer Behaviour in Food and Healthy Lifestyle: A Global Perspective*. USA: CABI.
- Nugroho, Y. (2019). *Pelatihan dan Pengembangan SDM: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Nurikhsan, F., Indriane, W. S., & Safitri, D. (2019). Fenomena Coffe Shop di Kalangan Konsumen Remaja. *Widya Komunika*, 9(2), 137-144.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar - Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA.
- Oktaviani, C., Maskurisutomo, & Farid. (2020). Faktor-Faktor Yang Menentukan Konsumen Dalam Memilih Cafe Celebes Walet 88 Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 6(1), 1-9.
- Pedoman Penulisan Skripsi Tahun 2022*. (2022). Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Purboyo, Hastutik, S., Kusuma, G. E., Sudirman, A., Sangadji, S. S., Wardhana, A., . . . Marlina, N. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Kosenptual Dan Praktis)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Purwandari, S., Purnomo, S., Purboyo, Adha, W. M., Hanika, I. M., Savitri, C., . . . Purnamasari, M. S. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Putri, T. N. (2018). *Manajemen Kualitas Terpadu: Konsep, Alat dan Teknik, Aplikasi*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Quora. (n.d.). *Apa alasan orang senang pergi ke kafe?* Retrieved from [https://id.quora.com/: https://id.quora.com/Apa-alasan-orang-senang-pergi-ke-kafe](https://id.quora.com/:https://id.quora.com/Apa-alasan-orang-senang-pergi-ke-kafe)
- Rasyiddin, A., Rini, E. S., & Fadli. (2022). The Influence of Service Quality, Product Quality, Price and Promotion on AyamPenyet Jakarta (APJ) Purchase Decisions on SM Raja Medan Branch. *International Journal of Research and Review*, 9(1), 392-398.
- Ratnasari, A. D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and

- Resto Surabaya. Penelitian dilakukan di Djawi Lanbistro Cofee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3), 1-11.
- Riduwan, A. (2013). *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Alfabeta.
- Sarangapani, A. (2019). *A Textbook on Rural Consumer Behaviour in India - A Study of FMCGs*. New Delhi: University Science Press.
- Sari, D. S., Ariniputri, R. Z., Rustikana, R., & Wiyadi, T. (2022). *Manajemen Strategik dalam Perencanaan dan Pelayanan Sektor Publik*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar: Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suari, M. Y., Telagawathi, N., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26-33.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawarmi, Ed.). Bandung: ALFABETA.
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran Teori dan Aplikasinya*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sumarwan, U., Hartoyo, Kirbrandoko, Najib, M., Suroso, A., Johan, I., . . . Gultom, W. S. (2018). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Susanto, S. P., & Andronicus, M. (2021). The Influence of Service Quality, Product Quality, and Promotion on Purchase Decision at PT. Unikitz Bersatu Group Medan Branch. *Jurnal Mantik*, 5(2), 946-952.
- Syahrir, Danial, Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Tarmizi, A., Albetris, Azizah, & Almaududi, S. (2021). *Pengantar Bisnis*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Tomi. (2020, September 28). 'Ngafee', Padukan Kopi dan Daun Kelor. Retrieved from <https://www.krjogja.com>: <https://www.krjogja.com/berita-lokal/read/288438/ngafee-padukan-kopi-dan-daun-kelor>
- Undip. (2022, Maret 24). *Fenomena Coffee Shop, Bisnis Kekinian di Indonesia*. Retrieved from <https://www.undip.id>: <https://www.undip.id/2022/fenomena-coffee-shop-bisnis-kekinian-di-indonesia/>

- Wardhana, A., Budiastuti, E., Gultom, N. B., Sudirman, A., Julyanthry, Saputra, G. G., . . . Amruddin. (2022). *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Warnadi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Widodo, O. W. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada 123 Design and Photography di Semarang)*. Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Dipenogoro.
- Windasuri, H., Susanti, H., & Team, B. (2016). *Excellent Service*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yulanda, R. (2018). *English is Easy 3*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Yuliandri, M. T. (2021, Agustus 26). *Koprol: Sensasi Kopi Campur Daun Kelor*. Retrieved from <https://ottencoffee.co.id>: <https://ottencoffee.co.id/majalah/koprol-sensasi-kopi-campur-daun-kelor>
- Yulivan, I. (2021). *Manajemen Stratejik*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.