

DAFTAR PUSTAKA

- Academy, D. B. (2021). *Social Media Marketing 2021-22*. Independently published .
- Afifi, M. F., & Wahyuni, D. U. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8, 1-17.
- Amanda, L. C. (2018). Pengaruh Citra Merek, Sosial Media, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Babeh Street . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7, 1-16.
- Ardiansyah, F., & Sarwoko, E. (2020). How social media marketing influences consumers' purchase decisions? A meditation analysis of brand awareness. *Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 17(2), 156-168.
- Babin, B. J., Lee, Y.-k., Kim, E.-J., & Griffin, M. (2015). Modeling Consumer Satisfaction and Word of Mouth: Restaurant Patronage in Korea. *Journal of Services Marketing*, 133-139.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2022). *jakarta.bps.go.id*. Retrieved from <https://www.jakarta.bps.go.id/indicator/12/111/1/jumlah-penduduk-provinsi-dki-jakarta-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management A Strategic Approach* . United Kingdom: Pearson Education.
- Dewi, P. E., Dewi, N. W., & Devi, S. (2020). The Influence of Brand Image, Price Level, and Word of Mouth on Purchasing Decisions for "Nau Coffee" SMEs Products (Study on Student of Accounting Departement Universitas Pendidikan Ganesha). *Advances in Economics, Business and Management Research*, 158, 187-193.
- Erianto, R. A. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Furore Coffee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7, 1-18.
- Ferdinand, A. (2019). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman: Deepublish.
- Gabriela, T. P., Ellitan, L., & Kristanti, M. M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Janji Jiwa di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1-9.

- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2018). *Ultimate Guide to Email Marketing for Business*. New York: Entrepreneur Press.
- Ibrahim, K., Triwardhani, D., & Marzuki, F. (2021). Analisa Keputusan Pembelian Kopi Kenangan pada Generasi Milenial. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1*, 643-655.
- Kemenperin. (2020). *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*. Retrieved from <https://www.kemenperin.go.id/artikel/21693/Tekan-Dampak-Covid-19,-Menperin-Pacu-Kreativitas-IKM-Kopi-Berjualan-Online>
- Kominfo. (2019). *Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*. Retrieved from https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/10775/rayakan-hari-kopi-kemenperin-terus-tingkatkan-ekspor-kopi-nasional/0/artikel_gpr
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Kendallville: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sheth, J. N., & Shainesh, G. (2021). *Marketing Management*. United States: Pearson.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2021). *Mktg Principles of Marketing*. Boston: Cengage Learning.
- Liana, Y. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Bulletin of Management & Business (BMB)*, 129-136.
- Maharani, S. (2018). *kumparanfood*. Retrieved from <https://www.kumparan.com/kumparanfood/fenomena-mewabahnya-demam-coffee-shop-di-indonesia>
- Ningrum, M. P. (2020). Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Routine. *Business Management, Economic, and Accounting National Semina*, 150-149.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen (2nd ed.)*. PT Grasindo.
- Padmadikara, A., Ariyanti, M., & Tantra, T. (2021). The Effect of Store Atmosphere, Social Media Marketing, and Lifestyle on Purchase Decisions in Dejima Kohii. *e-Proceeding of Management*, 8(6), 8105-8112.
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Widyagama Press.

- Pertiwi, B. A., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Strategi Green Marketing dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu . *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9, 1376-1383.
- Pratiwi, N. M., & Yasa, N. N. (2019). The Effect Of Store Atmosphere, Social Media Marketing And Lifestyle on Purchase Decisions. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 4(4), 85-100.
- Psychiatry, A. A. (2023). *Caffeine and Childern*. Retrieved from American Academy of Child & Adolescent Psychiatry: https://www.aacap.org/AACAP/Families_and_Youth/Facts_for_Families/FFF-Guide/Caffeine_and_Children-131.aspx
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Ristina, R., Tresnati, R., & Harahap, D. A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Word of Mouth Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Tahu Goreng Citarasa Sumedang. *Prosiding Manajemen*, 7(2), 389-392.
- Rizaty, M. A. (2022). *databoks.katadata.id*. Retrieved from <https://www.databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>
- Rizaty, M. A. (2022, September 29). *Dataindonesia.id*. Retrieved from Dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/konsumsi-kopi-indonesia-terbesar-kelima-di-dunia-pada-2021>
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2020). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sembiring, P. W. (2021). The Effect Of Store Atmosphere On Purchase Decision At. *Jurnal Kebijakan Publik & Bisnis*, 25-30.
- Sernovitz, A. (2014). *Word of Mouth Marketing*. New York: Kaplan.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing*. United States: Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wijoyo, H., Cahyono, Y., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2020). *Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal*. Selayo: Insan Cendekia Mandiri.