

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Aswaja Pressindo.
- Akhmad. (2018). *Manajemen Operasi: Teori dan Aplikasi dalam Dunia Bisnis* (Issue July). Azkiya Publishing.
- Albushairi, S. A., Huda, N., & Rifani, A. (2018). *Perilaku konsumen Teori dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran*. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Arianto, D. P. H., & Satrio, B. (2020). PENGARUH PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPISAE. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9.
- Arman. (2022). *INTRODUKSI MANAJEMEN PEMASARAN (Dasar dan Pengantar Manajemen Pemasaran)* (Yusup (ed.)). LD Media.
- Aziz, M. S., Ikhwan, S., Riono, S. B., & Islami, N. (2023). *The Influence of Product Differentiation Strategy , Brand Image and Price on Purchasing Decisions of Rajaswa Coffee Customers in Brebes County*. 1(1), 1–13.
- Budiyanto, A. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GERAJ KOPPI STARBUCKS DI SENAYAN CITY*. 22(2), 121–140.
- Bulkis, R., Noermijati, & Puspaningrum, A. (2021). *THE INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS & MANAGEMENT Purchasing Decisions of Coffee in the Pesen Kopi : A Consumer Behavior Approach*. 9(6), 344–351.
- Cakranegara, P. A. (2020). Gerai Kopi di Jakarta dalam Adaptasi Kehidupan Baru. *Edutourism Journal of Tourism Research*, 02(02), 1–7.
- Cynthia, V., & Arifiansyah, R. (2023). *Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Tuku Grand Galaxy Bekasi*. 2(3), 712–721.
- Dewanti, S. R., & Yuniati, T. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI KENANGAN SURABAYA CABANG MULYOSARI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12.
- Duryadi. (2021). *BUKU AJAR METODE PENELITIAN ILMIAH*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Elim, A., Daniel, J., Darmita, I. K., Krismawintari, N. P. D., & Marhaendra, T. B. P. (2023). Perilaku Antar Generasi Penikmat Kopi Yang Mempengaruhi Minta Beli Kopi Kekinian. *Prosiding Sintesa*, 6, 213–216.
- Fahrezy, K. R., Simarmata, P., & Argo, J. G. (2020). *ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN CHEESE TEA PADA TOKO KINI DI LIMO DEPOK*. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/905/566>

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku konsumen*. Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit Qiara Media.
- Halim, A. T., Sholihah, D. R., Manggabarani, A. S., & Argo, J. G. (2022). ANALISIS PELAYANAN MESIN CUSTOMER SERVICE DIGITAL BCA. *Journal of Young Entrepreneurs*, 1(1), 53–65.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Mangiring, H., Simarmata, P., Permadi, L. A., & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Halimah, Q. N., & Suharyati. (2024). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 63–69.
- Haqiqi, F., & Khuzaini. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, ATMOSFER TOKO DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9.
- Havidz, I. L. H., Nugraha, D. A., Aima, M. H., & Wiratih, H. W. R. (2023). *How to Determine the Customer Purchase Decision at Kopi Tikum Shop , South Jakarta*. 4(4), 604–612.
- Hikmawati, F. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN*. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KOPI BENTENG 2 BANYUMANIK). *Jurnal Administrasi Bisnis*, IX(Iii), 209–215.
- Indahsari, L. N., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 1.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *MARKETING MANAGEMENT 3rd Edition*. Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management 4th European Edition*. Pearson.
- Liswandany, F., Supriyono, & Fitriyah, Z. (2022). *Pengaruh Lokasi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Dolan Kopi Surabaya*. 5(c), 71–80.
- Lotte, L. N. A., Irawan, P., Setiawan, Z., Wulandari, D. S., Daga, R., Elida, S. S., Pandowo, A., Sudirjo, F., Herdiansyah, D., Mulyati, & Santosa, A. D. (2023). *Prinsip dasar manajemen pemasaran*. GLOBAL EKSEKUTIF

## TEKNOLOGI.

- Manap, A., Sani, I., Sudirman, A., Noviany, H., Rambe, M. T., Raflina, R., Adnan, Y., Abdurohim, Adha, S., Fajar, F., Pujilestari, S., Mulyana, I. K. E., & Widiati, E. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa: Konsep Dasar & Strategi*. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Mubasit. (2012). *Manajemen pemasaran*.
- Murniati, M. P., Purnamasari, S. V., Ayu, S. D., Advensia, A., Sihombing, R., & Warastuti, Y. (2013). *ALAT-ALAT PENGUJIAN HIPOTESIS*. Unika SOEGIJAPRANATA.
- Novitasari, C. A., Manggabarani, A. S., & Astuti, M. (2021). *Analisis Kepuasan Nasabah Mobile Banking Pada Bank BCA*. 2, 55–66. <https://doi.org/10.52330/jtm.v19i2.26>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *TEORI PERILAKU KONSUMEN* (A. Jibril (ed.)). Nasya Expanding Management.
- Nurikhsan, F., Indrianie, W. S., & Safitri, D. (2020). *Fenomena Coffe Shop Di Kalangan Konsumen Remaja. October 2019*. <https://doi.org/10.20884/wk.v9i2.1962>
- Pamungkas, A., & Pramesti, D. A. (2021). Pengaruh Atmosfir Store, Brand Identity, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Mediasi Minat Beli (Studi Empiris Pada Kedai Kopi Janji Jiwa). *Borobudur Management Review*, 1(1), 12–31. <https://doi.org/10.31603/bmar.v1i1.5009>
- Pristiawan, N. P., & Ernestivita, G. (2022). *Tinjauan keputusan pembelian harmony food & coffee dengan analisa kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi 1),2)*. 353–362.
- Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *PERILAKU KONSUMEN*. Penerbit Anugrah Jaya.
- Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh harga, kualitas produk, store atmosphere dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada tepi barat rumah kopi rungkut surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9.
- Romadloniyah, A., & Setiaji, K. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 50–64. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37224>
- Rusdiana. (2014). *Manajemen operasi*. CV PUSTAKA SETIA.
- Serang, S. (2023). *Manajemen Operasional*. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Sheilasatia. (2023). *5 Coffee To Go Terbaik Di Jakarta Selatan*. <https://sheilasatia.medium.com/5-coffee-to-go-terbaik-jakarta-selatan-f9e05a5bae4d>

- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *BRAND MARKETING: THE ART OF BRANDING* (A. Sudirman (ed.)). MEDIA SAINS INDONESIA.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Alfabeta.
- Sukei. (2020). *RISET PEMASARAN: DISERTAI CONTOH-CONTOH DAN STUDI KASUS*. Unitomo Press.
- Sukomono, R. A., & Supardi. (2020). *BUKU AJAR: MANAJEMEN OPERASIONAL DAN IMPLEMENTASI DALAM INDUSTRI*. UMSIDA Press.
- Syahriyah, A., & Arifiansyah, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Nako Depok. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(8), 3429–3434.
- Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). *SEJARAH PEMASARAN DAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN* (J. B. Maramis (ed.)). ISTANA AGENCY.
- Syarifudin. (2019). *CITRA MEREK DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN*. Unimal Press.
- Tanaka, R., Djaelani, A. K., & Khalikussabir. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga, Brand Image, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Suaco Coffee Malang). 11, 52–66.
- Tarigan, J., & Nainggolan, B. M. H. (2022). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Pelayanan , Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masa Kopi Tanjung Priuk. *JURNAL PANORAMA NUSANTARA*, 17(1), 1–14.
- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing : Esensi & Aplikasi*. Markenis.
- Triwardhani, D., Yuliniar, Aswar, K., & Supriyadi, Y. N. (2022). The Effect of Halal Label Perception, Lifestyle and Quality of Service on Purchase Decision at Starbucks Coffee in Indonesia. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 14(4), 42–49.
- Utami, I. W. (2017). *PERILAKU KONSUMEN*. PUSTAKA BENGAWAN.
- Wargianto, & Wardana, A. E. (2022). *THE EFFECT OF BRAND IMAGE, QUALITY OF SERVICE AND LOCATION ON PURCHASE DECISIONS AT OTHER HEART COFFEE STORES*. 6(3), 1–12.
- Wati, N. A., & Alam, I. A. (2024). *The Effect Of Product Quality And Location On Purchasing Decisions In Sakara Coffee Consumers*. 4(1), 19–32.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *BUKU AJAR METODE PENELITIAN*. SCIENCE TECHNO DIRECT.

Yulius, Y. (2023). *Pengantar Dasar Strategi Pemasaran Jasa*. Widina Media Utama.

Zusrony, E. (2021). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN*. Yayasan Prima Agus Teknik.