

DAFTAR PUSTAKA

- Akpoyomare ,Oghojafor, B. 2012. The Influence of Product Attributes on Consumer Purchase Decision in the Nigerian Food and Beverages Industry: A Study of Lagos Metropolis. *American Journal of Business and Management* Vol. 1, No. 4, 2012, 196-201.
- Bagas dan Kristina. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Coffee shop (Studi On Crème Koffie In Bandung City) . *e-Proceeding of Management* : Vol.6, No.3 Desember 2019. ISSN : 2355-9357.
- Eliza, E. Sayamar, dan C. Kaswita. 2011. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian buah di pasar arengka (pasar tradisional dan gianthyper market (pasar modern) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)*. Volume 2, Nomor 1, Juli 2011 ISSN 2087 - 409X.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. 1995. *Consumer Behaviour*, Fith Edition, the Dreyden press,. New York.
- Febrianti. 2011. Kelayakan Agroindustri Kopi Luwak di Kabupaten Lampung Barat. *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*. Lampung. Volume 16, No.1, Maret 2011.
- Firmansyah, A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Grup Penerbitan CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Gagas. 2011. *Ngopi yuk!: 50 Tempat Ngopi Paling Asyik Se-Jabodetabek*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gunarto. 2018. *Analisis Statistika dengan Model Persamaan Struktural (SEM) : teoritid & praktis*. Bandung: Alfaberta.
- Haflan, Y. 2007. Tentang Secangkir Kopi Hitam. diperoleh dari Laman Web www.google.com. PT Gramedia. Jakarta
- Hertanto, R. 2011. Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Coffee shop Di Jakarta. Jakarta
- Jashari, F., & Rustemi, V. 2017. The impact of social media on consumer behavior. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, 7(1), 1–14.

- Jaya I Gede NM, dan Sumertajaya. 2008. Permodelan Persamaan Struktural dengan partial least square, . staff pengajar jurusan statistik Unpad dan departement statistik IPB.
- Jelison. 2017. Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi Di Jatinagor . jurnal manajemen dan bisnis (Performa). Jawa Barat. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh Volume 4 Nomor 3, Mei 2018
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2016. Kafe Shop. Tersedia pada: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/-2016>
- Kaplan dan Michael, H 2010. User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media, Business Horizons.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks. Kelompok Gramedia.
- _____. 2008. Dasar- Dasar Pemasaran PT.Indeks. Jakarta
- _____. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga
- _____. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran: Edisi 12 Jilid 1. Jakarta
- Larasati, V. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Coffee Toffee Jatim Expo di Surabaya. Jurnal Gema Aktualita, Vol. 2 No. 2, Desember 2013. Surabaya
- Munandar. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli kopi Espresso. Jurnal Visioner dan Strategis Volume 6, Nomor 1, Maret 2017 ISSN : 2338-2864 p. 1-9. Aceh.
- Rehmood, R., & Khan, M. I. 2011. The impact of e-Media on customer purchase intention. (IJACSA) International Journal of Advanced Computer Science and Applications, Vol. 2, No.3, March 2011.
- Rini, Agustina dan Riyanti. 2012. Ilmu Perilaku Konsumen. Penerbit Elektronik Pertama dan Terbesar di Indonesia. Malang.
- Sarwono, Jonathan dan Narimawati, U. 2015. Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi Partial Least Square SEM (PLS-SEM). Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Sopiah. 2008. kajian perbandingan preferensi konsumen pada dua kedai kopi di Cibinong, kabupaten Bogor . jurnal Ilmu Pertanian, Bogor.

- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sukatmadiredja, N. R. 2016. Analisa Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan Warung Kopi di Kecamatan Rungkut Surabaya. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen. Surabaya. Volume II No.1, Februari 2016 ISSN : 2502-3780.
- Sumarwan, U. 2004. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto D. 2015. Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Center of Acadec Publishing Service. Yogyakarta.
- Suryani T. 2008. Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran. PT Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3. Jakarta: Andi.
- Yogesh, F., & Yesha, M. 2014. Effect of social media on purchase decision. Pacific Business Review International, 6 (11), 45–51. Volume 6, Issue 11, May 2014.
- Zaldman, G., dan Wallendorf, M. 1979. Consumer Behavior: Basic Findings and Management Implication, Theories in Marketing Series America and World The Wiley Series in Marketing. Amerika.