

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S., dan Asmara, M, O. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Assadin, S. D., Syafri, dan Nurhayati. 2023. Analisis Faktor Pengaruh Keputusan Pembelian Kopi Kenangan Oleh Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Trisakti. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 259–268. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15405>
- 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 : 6(3). ISSN : 2355-9357.
- Carolin, D.Z. 2021. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Coffee Shop di Kota Jambi. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
- Dharmmesta, Basu S, dan Hani, H. 2011. Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen. 1st ed. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Dhillon, J. K., Nadhilah, N., Veronica, N., dan Widyani, A. I. 2019. Pengaruh Elemen Interior terhadap Kenyamanan Pengunjung Kaitannya dengan Gaya Hidup Modern di Ardent Cofee Pesanggrahan Jakarta Barat. *jurnal Universitas Tarumanagara*, 60-70.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., dan Miniard P.W. 1994. Perilaku Konsumen. Edisi ke-6 jilid I (terjemahan). Binarupa Aksara. Jakarta.
- Engel, J.F., dan Blackwell, R.D. 1995. *Consumer Behaviour*, Fifth Edition, the Dreyden press,. New York.
- Enny, R. dan Dani. 2018. Pengenalan Varietas Unggulan Kopi. Jakarta
- Faisol, S. dan Samari. 2022. “Internal and External Factors of Consumer Behaviour: Phenomenon in Buying Decisions at the Keboen Rodjo Restaurant, Kediri.” *Efektor* 9(1):35–47.
- Gunarto. 2018. Analisis Statistika dengan Model Persamaan Struktural (SEM) : teoritis & praktis. Alfaberta. Bandung. Ghazali, Imam. 2015. Partial Least Square Konsep Teknik Menggunakan SmartPLS 3.0. Universitas Diponegoro.
- Hengky, L., dan Selva, T., 2013. *Analisis multivariate teknik dan aplikasi menggunakan program IBM SPSS 20.0*. Alfabeta : Bandung
- Herlyana, E. 2012. Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Jurnal Thaqafiyat*, 13(1), 187- 204.

- Humaidi, E., Analianasari, A., dan Unteawati, B. 2023. Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kopi di Coffee Shop. *AGRIMOR*, 8(2), 53–60. Hurlock, E.B. 2002. Psikologi Perkembangan. Erlangga : Jakarta
- Indrianawati, E., dan Soesatyo, Y. 2015. Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya Entika. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(1), 214–226.
- Indriyani, R., dan Suri, A. 2020. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk *Fast Fashion*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 14(1) 25-34.
- International Coffee Organization (ICO). 2022. Data Indonesia. International Coffee Organization (ICO). Indonesia.
- Jaya, S. 2008. Pemodelan Persamaan Structural. *Jurnal Seminar Nasional Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 118–132. <http://eprints.uny.ac.id/6856/1/M>
- Juliandi, A. 2018. Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS.
- Justico, F.R., Kusnandar dan Widadie, F. 2022. Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Pada *E-Commerce* di Kota Malang. *AGRISTA*: 10(4) 24-34.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2016. Kafe Shop. Tersedia pada: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.
- Kementrian Pertanian Republik Indonesia. 2013. Outlook Kopi Indonesia 2019. Republik Indonesia. Jakarta.
- Khasan, U. 2018. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian White Coffee. *Jurnal Cakrawala Litbang Kebijakan*, 12(2), 157–161. <http://cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala>
- Khatib, F. 2016. The Impact of Social Media Characteristics on Purchase Decision Empirical Study of Saudi Customers in Aseer Region Ibn Rushd College for management Sciences Need recognition Literature Review : *International Journal of Business and Social Science*, 7(4), 41–50.
- Koo, D., Tao, L., dan Yeung, A. 1999. The role of leisure in enhancing quality of life. *Journal of Leisure Research*, 31(2), 129-147.
- Kotler. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. PT Indeks. Kelompok Gramedia : Jakarta.

- Kotler, Philip .2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2. Erlangga : Jakarta.
- _____. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran: Edisi 12 Jilid 1. Jakarta.
- Leha, J.M. 2014. Pengaruh Atribut Café Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utulitarian Dan Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee Di The Square Apartement Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1 - 12.
- Marbun, I. I., Ginting, R., dan Emalisa. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Kopi Luwak Bermerek Di Kota Medan. *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*, 3(6), 1–14. <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/ceress/article/view/8220>
- Miller, J. R., dan Rees, M. R. 2019. "Single vs. Married: How Marital Status Influences Consumer Choice and Purchasing Patterns". *Journal of Business Research*, 98, 256-263.
- Miller, M. 2017. "The Impact of Education on Consumer Knowledge and Decision-Making". *Journal of Consumer Research*, 44(1), 101-115.
- Mowen, J.C., dan Minor, M. 2002. Perilaku Konsumen. Edisi Kelima. Jilid 1. Edisi Kelima Bahasa Indonesia. PT Penerbit Erlangga : Jakarta.
- Penora, Y., Fauzi, D., dan Dermawan, A. 2022. Perilaku konsumen kopi di parewa coffee shop kota padang. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian* 2022:7(5):182-189, 7(5), 182–189.
- Putri, A. P., dan Syafrudin, S. 2023. "Pengaruh Desain Interior terhadap Kepuasan Pengguna: Studi pada Coffee Shop di Bandung." *Jurnal Arsitektur dan Desain Interior*, 15(2), 85-97.
- Putri, G. J. 2013. Fungsi *Coffee Shop* Bagi Masyarakat Surabaya. *Jurnal Antro Unair*, 2(1), 124-133.
- Rasmikayati, E., Deaniera, A. N., Supyandi, D., dan Sukayat, Y. 2020. Analisis Perilaku Konsumen: Pola Pembelian Kopi Serta Preferensi, Kepuasan dan Looyalitas Konsumen Kedai Kopi. *Mimbar Agribisnis*, 6(2), 969–984.
- Setiadi, N.J. 2013. Perilaku Konsumen. Kencana Prenada Media Grup. Jakarta
- Sopiah, 2008. Perilaku Organisasional. C.V Andi Off set. Yogyakarta
- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Penerbit Lentera Ilmu Cendekia; Jakarta Pusat.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed methods). Alfabeta: Bandung.

- Sumarwan, U. 2004. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Susanto, A. S. 2013. Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). Jurnal Jibeka, 7(2), 1–6.
- Suryani, T. 2008. Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran .Edisi Pertama. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Taan, H. 2017. Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo Di Kota Gorontalo. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan. 6(2).148 - 158.
- Tjiptono, F. 2016. Strategi Pemasaran, Edisi 3. Andi: Jakarta.
- Tjiptono, F dan G. Chandra. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Andi: Jogjakarta
- Yusriana, Dina, A. dan Rasdiansyah. 2023. Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kopi Wine. Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Teknologi Hasil Pertanian. 3.