

DAFTAR PUSTAKA

- Alfeisha Dhito, S. D. (2024). Pengaruh variasi produk dan lokasi pemasaran terhadap keputusan pembelian pelanggan Coffeeshop 90. *VI*, 1–9.
- Alifia, F., & Indriani, F. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Perceived Brand Interactivity terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan sebagai variabel intervening (Studi pada konsumen produk Somethinc di wilayah Jawa Tengah). *Diponegoro Journal of Management*, *11*(6), 1–11.
- Aliwijaya, A., & Syahfitri, D. R. (2023). Coffee shop vs library: Concept of learning spaces for new library users. *JPUA: Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga: Media Informasi dan Komunikasi Kepustakawanan*, *13*(2), 123–130. <https://doi.org/10.20473/jpua.v13i2.2023.123-130>
- Anjanarko, T. S., & Darmawan, D. (2023). Keputusan pembelian minuman penambah energi Extra Joss ditinjau dari peran kekuatan citra merek dan penetapan harga produk. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, *4*(1), 99–102. <https://doi.org/10.47065/jbe.v4i1.3040>
- Baskoro, D. A., Mahmudah, F., Tinggi, S., Bogor, P., Curug, J., No, M., Bogor, Y. K., Barat, J., & Pati, S. (2022). Pengaruh harga dan suasana café terhadap keputusan pembelian Café Atmosphere. *Purchasing Decisions*, *05*(17), 136–162.
- Cahyaningrum, A. N., & Yoestini. (2018). Analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian kartu perdana Indosat Ooredoo (Studi kasus pada konsumen Indosat Ooredoo di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, *7*(4), 1–8.
- Fauzi, F. (2025). Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi Boscha Kota Bandung.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (Planning & strategy)*. CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21: Update PLS regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Application of multivariate analysis with IBM SPSS 25 program* (Vol. 1, Issue 1). Agency.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Harahap, R. H., & Absah, Y. (2020). Analysis of coffee shops in Medan. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2020)*, 205–212. <https://doi.org/10.5220/0010014002050212>

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Juliana, S. (2019). Pengaruh penempatan produk dan kesadaran merek terhadap niat beli. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 12.
- Julianto, Y. A., & Harimurti, C. (2021). Pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap minat beli sepatu Vans di Summarecon Mall Kota Bekasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(3), 207–217.
- Kadek, N., Mirayani, S., Ngurah, I. G., Widjaya, O., Bagus, I., Pidada, U., & Wijana, P. A. (2025). Pengaruh media sosial dalam mendorong keputusan konsumsi Generasi Z di Coffee Shop Kintamani sebagai wisata kuliner.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12th ed., Vols. 1 2). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing*, Second European Edition
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management*. Pearson.
- Kuncoro, M. (2017). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi: Bagaimana meneliti dan menulis tesis* (4th ed.). Erlangga.
- Manggalania, L. K., & Soesanto, H. (2021). Pengaruh celebrity endorsement, country of origin dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai faktor intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Muharam Irwan, 2014. Pengaruh Variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi sejahtera, UPI “YPTK”: Padang. *Journal of Brand Management*, 24(3), 250–270. <https://doi.org/10.1957/s42262-017-0333-3>
- Muin, A. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Nainggolan, N. P., & Heryenzus. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli rumah di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 19(1), 64–72.
- Nurhayati, S. E. (2023). *Keputusan pembelian dan kepuasan konsumen* (M. Nasrudin, Ed.). PT Nasya Expanding Management.
- Popp, B., & Woratschek, H. (2017). Consumer–brand identification revisited: An integrative framework of brand identification, customer satisfaction, and price image and their role for brand loyalty and word of mouth. *Journal of*

Brand Management, 24(3), 250–270. <https://doi.org/10.1057/s41262-017-0033-3>

- Rangkuti, F. (2011). *Riset pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Renaldi, O., Wibowo, M., Alie, A., & Elanda, Y. (n.d.). Café dan identitas sosial generasi milineal di Surabaya (Café and Millinneeal Generation Social Identity in Surabaya).
- Rismawardani, P. (2022). Persepsi anak muda di Surabaya mengenai coffee shop sebagai gaya hidup masyarakat perkotaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 05(02), 238–248.
- Rizal, A. (2020). *Buku ajar manajemen pemasaran di era masyarakat industri 4.0*. Deepublish.
- Rizqullah, M. I., Darmawan, D., & Timur, J. (2025). Pengaruh harga terhadap minat beli makanan siap saji. *Jurnal Manajemen Universitas Sunan Giri Surabaya*.
- Saputra, N., Hayat, H., Ardyansyah, F., Palupiningtyas, D., Khusna, K., & Karneli, O. (2021). Work-from-home productivity in Indonesia. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 23(1). <https://doi.org/10.14203/jmb.v23i1.1122>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi pemasaran* (2nd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi Offset.
- Umamsyah, A. Y., & Hutami, R. R. R. F. (2020). Pengaruh variasi produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada coffee shop Warung Ngombe di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen*, 7(2), 5621–5629.
- Wijayasari, N., & Mahfudz. (2018). Pengaruh brand image, kualitas, persepsi harga dan variasi produk terhadap minat beli konsumen Sarung Gajah Duduk di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>