

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, F. N., & Tuti, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Suasana Terhadap Keputusan Pembelian Di Green Cafe Jatinegara. *Jurnal Panorama Nusantara*, 18(1), 1-13.
- Andrianto, Y., & Zawawi. (2024). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Fore Coffee Shop Surabaya. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1142-1151.
- Annur, C. M. (2023, Maret 13). *Volume Produksi Kopi Di Indonesia (2017-2022)*. (A. Ahdiat, Editor) Diambil Kembali Dari Databoks: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/03/13produksi-Kopi-Indonesia-Meningkat-Capai-794-Ribu-Ton-Pada-2022>
- Arsa, A. A., & Chayaningratri. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Servicescape, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 11(5), 1-12.
- Augusta, C. D., & Moko, W. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Coffee Shop (Studi Pada Konsumen Coffee Toffee Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 6(2), 1-20.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2010). *Retail Management: A Strategic Approach*. New York City: Macmillan.
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management, A Strategic Approach* (13 ed.). Pearson. <https://doi.org/10.1177/0256090920050213>
- Budiman, S., & Dananjoyo, R. (2021). The Effect Of Cafe Atmosphere On Purchase Decision: Empirical Evidence From Generation Z In Indonesia. *Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 8(4), 0483-0490.
- Cahyani, A. D. (2023). *Pengaruh Rating Dan Customer Riview Pada E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Di Kota Banda Aceh*. Banda Aceh: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Ranry.
- Damanik, A. M. (2008). *Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Coffee Shop De Koffie-Pot Bogor*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Fitri, H. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Dapoer Qoe. *Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya*.
- Gozali, I. 2014. *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SMARTPLS3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hardiana, C. D., & Kayadoe, F. R. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 71-87.
- Harum, S. (2022). Analisis Produksi Kopi Di Indonesia Tahu 2015-2020 Menggunakan Metode Cobb-Douglass. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 102-109.
- Hermawan, M. R., & Hadibrata, B. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Suasana Toko, Kualitas Layanan, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Dengan Sikap Intervening. *Jurnal Locus: Penelitian & Pengabdian*, 2(8), 780-795.
- Intan, D. R., Gurning, R. N., & Ginting, L. N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Pertanian Agros*, 23(1), 84-89.
- Katarika, D. M., & Syahputra. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 162-171.
- Koo, D. M. (2003). Hubungan Timbal Balik Antara Citra Toko, Kepuasan Toko, Dan Loyalitas Toko Di Antara Pelanggan Ritel Diskon Korea. *Jurnal Pemasaran Dan Logistik Asia Pasifik*, 15(4), 42-71.
- Kotler, P. (1973). Atmospherics As A Marketing Tool. *Journal Of Retailing*, 49(4), 48-64.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keler, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pt. Indeks.
- Lestari, T., Karsiningsih, E., & Bahtera, N. I. (2023). Pengaruh Cafe Atmosphere Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Coffee Shop Di Kota Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(2), 505-517.
- Malini, H. (2021). Gaya Konsumsi Dan Perilaku Konsumen Generasi Z Di Warung Kopi. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Tanjungpura*, 34-44.

- Mandey, S. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal*, 6(1), 1-12.
- Mowen, J., Minor, M., & Yahya, D. K. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Neal, C. M., Quaster, P. G., & Hawkanis, D. I. (2004). *Perilaku Konsumen: Implikasi Terhadap Strategi Pemasaran*. New Shout Wales: Mcgraw-Hill Irwin.
- Nestiti, L. G., Yusuf, Y., & Resdati. (2022). Budaya Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup The Leisure Class Pada Generasi Z Di Coffee Shop Ugoku.Co Dan Titik Kumpul Coffee Brewers Kecamatan Sekupang Kota Batam. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(10), 2599-2608.
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 44-57.
- Purnama, A. R., & Wardhani, N. I. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffe Shop Tadakopi Surabaya. *Management Studies And Entrepreneurship Journal* , 4(4), 4390-4396 .
- Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y Pada Old Bens Cafe. *Jurnal Manajemen Manaratha*, 16(2), 133-144.
- Purwadi, Y. S., & Manurung, E. M. (2020). Kafe : Ruang Pembelajaran Dan Produksi Pengetahuan Baru Bagi Mahasiswa Milenial. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 247-253.
- Putri, A., Hasnah, Paloma, C., & Yusmarni. (2021). Perilaku Konsumen Dalam Membeli Kopi Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Coffee Shop Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(4), 1308-1321.
- Rofi'ah, M. (2020). Pengaruh Store Atmospherer Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Navila Cafe. *Jouurnal Of Business And Innovation Management*, 2(2), 233-245.
- Sastra, A. O., Yulianti, N., & Atasa, D. (2023). Pengaruh Self Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Di Coffee Shop. *Jurnal Agroteksos*, 33(2), 533-543.
- Sastra, A. O., Yuliati, N., & Atasa, D. (2023). Pengaruh Self Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Di Coffee Shop. *Jurnal Agrotekso*, 33(2), 533-543.

- Sebagustionnes, A., Oktarina, Y., & Permatasari, F. (2022). Tren Konsumsi Kopi Robusta Pada Tingkat Usia Di Oku Selatan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(5), 2096-2100.
- Snapcart. (2023, Oktober 2). *Snapcart.Global*. Diambil Kembali Dari Snapcart.Global: <https://Snapcart.Global/Indonesias-Coffee-Consumption-Trends-In-2023/>
- Sudiantini, D., Claudia, G., & Ningrum, I. C. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kopi Cinta Bekasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(6), 433-441.
- Suharto, G. P., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gigggle Box Cafe & Resto Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 118-129.
- Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syihabudhin, S. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67-86.
- Turley, L., & Milliman, R. E. (2000). Pengaruh Atmosfer Terhadap Perilaku Belanja: Tinjauan Bukti Eksperimental. *Jurnal Penelitian Bisnis*, 42(2), 193-211.
- Uniana, R., Ramdan, D. M., & Jhoansyah, D. (2023). Analisis Suasana Kafe Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kafe Berbasis Hotel. *Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 3(2), 1-13.
- Wulandari, S. Z., Setyawati, S. M., & Maulana, F. A. (2019). Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen Dan Word Of Mouth Melalui Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Suasana Toko. *Sustainable Competitive Advantage*, 373-383.
- Yulianti, Y., & Deliana, Y. (2018). Gaya Hidup Kaitannya Dengan Keputusan Kkonsumen Dalam Membeli Minuman Kopi. *Jurnal Agrisep*, 17(1), 39-50.