

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, F., Dewianawati, D., Joenarni, E., & Sutikno, F. (2024). Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi Pengaruh Aktualisasi Diri , Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian di Dhog Rawuh Coffee Trawas Kabupaten. *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 1(11), 909–923.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, 438–459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Amelia, V., & Badri, J. (2024). Pengaruh Kelompok Referensi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian gen Z di Coffee Shop “Janji Jiwa” Padang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 331–339. <https://jbbe.lppmbinabangsa.id/index.php/jbbe/article/view/490/245>
- Arianti, A., & Wulandari, S. (2022). Pengaruh Harga, Store Atmsosphere dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di Benu Coffee and Roastery Cabang Medan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(2), 152–164. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.144>
- Award, T. B. (2024). *Top Brand Index 2024 untuk Brand “Janji.”* Top Brand Award. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2024&type=brand&tbi_find=Janji
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). Retail Management: A Strategic Approach. In *Retailing Principles* (13 ed.). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.5040/9781501304125.part-004>
- BPS. (2020). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, Indonesia, 2020*. Sensus Penduduk 2020 (SP2020).

<https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>

Budiono, A., & Siregar, O. M. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Minum Kopi Medan Johor. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 376–386.

Damayanti, E. R., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(2), 162–176.

Davina, R. (2024). *Genap Berusia 7 Tahun, Kopi Kenangan Umumkan Pencapaian dan Rencana Ekspansi Internasional Selanjutnya*. kopi kenangan. <https://kopikenangan.com/news/genap-berusia-7-tahun-kopi-kenangan-umumkan-pencapaian-dan-rencana-ekspansi-internasional-selanjutnya>

Dewi, D. F., & Hadisuwarno, H. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Nako Kalisari. *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 823–841. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>

Dosi, M. U., Fourqoniah, F., & Sanjaya, A. (2023). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Borneo Di Kota Samarinda. *Jurnal Istiqro*, 9(2), 131–144. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i2.1863>

Emanuella. (2024). *Nasib Kopi Indonesia: Primadona Dunia yang Tengah Terancam*. CNBC INDONESIA. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240822113220-128->

565458/nasib-kopi-indonesia-primadona-dunia-yang-tengah-terancam

Fauzan, G. R., Pratiwi, B. R., & Guslina, I. (2024). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Evlogia Coffee & Space Dramaga Bogor*. 2(2), 82–95.

Fauziah, N. W., Sulaiman, E., & Fitralisma, G. (2024). Pengaruh Store Atmosphere dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Shegia Coffee & Eatery Kota Cirebon. *Neraca Manajemen Ekonomi*, 12(3).

Fitriani, K. (2024). “Jogja Coffee Week”, *Ratusan Brand Kopi Nusantara Dipamerkan*. KBR Yogyakarta. <https://kbr.id/berita/nusantara/-jogja-coffee-week-ratusan-brand-kopi-nusantara-dipamerkan->

Frundika, B. A. (2024). *Survei: 66% Gen Z Mengaku Minum Kopi Setiap Hari, Sudah Jadi Gaya Hidup?* suaea.com. <https://www.suara.com/lifestyle/2024/04/17/115000/survei-66-gen-z-mengaku-minum-kopi-setiap-hari-sudah-jadi-gaya-hidup>

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gracia, B. A., Dipayanti, K., & Nufzatutsaniah, N. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41049>

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (Sixth Edition)*. In *Gedrag & Organisatie*. <https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007>

Heung, V. C. S., & Gu, T. (2012). Influence of restaurant atmospherics on patron

- satisfaction and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1167–1177.
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>
- 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, 51–60. <https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>
- Indriyanto, Y., & Hutaaruk, B. M. (2023). Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Cikarang Pusat. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18), 793–805.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (15 ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Pearson*. Harlow: Pearson Education.
- Krisnadana, K. R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pembelian Produk Pada Kedai Kopi Nau Singaraja. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(1), 65–71.
- Kumara, D., & Oktaviana, S. (2023). Pengaruh Harga dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Dewe di Ciledug Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 3(3), 569. <https://doi.org/10.32493/jism.v3i3.33310>

- Lestari, T., Karsiningsih, E., & Bahtera, N. I. (2023). Pengaruh Cafe Atmosphere dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian generasi Z pada Kedai Kopi di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 7, 505–517.
- Lestari, T., & Suharyanto. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Lain Hati di Grand Galaxy City Bekasi) The Effect of Product Quality and Store Atmosphere on Purchase*. 9(Juni), 10–24.
- Malini, H. (2021). Gaya Konsumsi dan Perilaku Konsumen Generasi Z di Warung Kopi. *Prosiding Seminar Nasional SATIESP 2021, 2020*, 34–44.
<https://feb.untan.ac.id/wp-content/uploads/2022/03/5.pdf>
- Manalu, D., & Roshinta, J. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Center Point Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 173–189.
<https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.416>
- Miranda, S. G. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Word of Mouth Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kopi Pedalaman Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(4), 189–200.
- Muhammad, N. (2025). *Berapa Biaya yang Dikeluarkan Gen Z untuk Beli Kopi? Ini Surveinya!* databoks. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/677cd50372d4a/berapa-biaya-yang-dikeluarkan-gen-z-untuk-beli-kopi-ini-surveinya>

- Pratiwi, B. F. N., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kedai Kopi Ruang Temu Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1501–1511. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1501-1511>
- Pujiwati, M., Dewi, R. S., & Hadi, S. P. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Oasis Bubble Milktea and Dessert Di Kota Magelang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 729–737. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Rahadi, R. A., Iswara, C., Afgani, K. F., & Boediman, A. (2023). Examining the Factors that Influence Consumer Willingness to Pay of Bubble Tea among Generation Z in Bandung, Indonesia. *International Journal of Global Optimization and Its Application*, 2(1), 74–83. <https://doi.org/10.56225/ijgoia.v2i1.162>
- Saraswati, S. R., Sulistyawati, A. A. S., & Ariana3, N. J. (2023). *Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen di cafe cassava canggu*. 7(2), 20–29.
- Serdianti, R. H., & Maskan, M. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Albaik Caffé Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 103–108.
- Setiadi, N. J. (2018). *Perilaku Konsumen* (revisi). Kencana Prenadamedia. <https://books.google.co.id/books?id=HdxDDwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.328>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Viana, E. O., & Hartati, R. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian” (Studi pada rumah makan “Mie Gacoan” Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, 3(2), 149–164.
<http://bappeda.jogjaprovo.go.id>
- Wardana, W., Musnaini, & Wulan, S. K. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Teanol Di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(2), 76–83.
- Yonatan, A. z. (2024). *Survei GoodStats: Kopi Jadi Bagian dari Kehidupan Masyarakat Indonesia*. goodstats. <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-kopi-jadi-bagian-dari-kehidupan-masyarakat-indonesia-D5iBT>