

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Addin, Yekti, Asmoro Kanthi, dan S. A. (2022). *Metodologi penelitian Ilmiah dalam Disiplin Ilmu Sistem Informasi* (R. Erang (ed.)). Andi Offset.
- Amiruddin. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati (ed.); 1st ed.). CV Pradina Pustaka Grup.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution (ed.)). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ariantoro & Budhi. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–23.
- Arianty, N. (2024). *Monograf Store Atmosphere Pada Usaha Kuliner Untuk Meningkatkan Minat Beli Masyarakat*. umsu press.
- Arjunita, I., Lapian, S. L. H. V. J., & Lumantow, R. Y. (2021). Pengaruh Viral Marketing, Store Atmosphere, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuya Manado. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 9(3), 437–446.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/34756/32603>
- Baharuddin, A., & Sudaryanto, B. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Repurchase Decision Dan Loyalitas Konsumen Pada Coffee Shop (Studi Pada Konsumen Coffee Shop di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(5), 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek Dan Word Of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Nissan Grand Livina)* (A. Rofiq (ed.); 1st ed.). CV. Jakad media Publishing.
- Berman, dan E. (2018). *Retail Management 12th Edition* (12th ed.). Pearson.
- Dewi, M. P. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Promotion, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Habbit Eatery Coffee Malang Mariana. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(2), 26–36.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32815/jpro.v2i2.846>
- Eko, W. et al. (2024). *Inovasi Layanan & Store Atmosphere* (M. Suardi (ed.)). CV. AZKA PUSTAKA.

- Eko Wibowo, T. (2023). *Kekuatan Branding terhadap Merebaknya Kedai Kopi di Kudus*. Kompasiana.Com.
<https://www.kompasiana.com/mastunjungekowibowo1162/64c0d56aa0688f5fc8790a02/kekuatan-branding-terhadap-merebaknya-kedai-kopi-di-kudus>
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish Publisher.
- Ghazy, M., Falah, K., Saufi, A., Putra, D., & Sakti, B. (2022). Pengaruh Café atmosphere, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Nyaman Coffe Shop Kota Mataram. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 1(4), 1–18. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jseit>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Ke 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Harlow: Person New international Edition.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, R. R. I. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In H. Abadi (Ed.), *LP2M UST Jogja* (Issue March). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21831/jim.v17i2.34783>
- Ikhtiananda, Dwita dan Purwanto, H. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, Promosi, Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan. September*.
- Irsyad, M. (2022). *Pengaruh Kelengkapan Fitur Aplikasi , Kemudahan Transaksi , Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID*. 2(1). <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i1.1377>
- Iverson, B. L., & Dervan, P. B. (2023). *Statistik Kopi Indonesia Indonesian Coffee Statistics 2022* (S. D. S. T. Perkebunan (ed.)). Badan Pusat Statistik/BPS-Statistics Indonesia.
- Iwan, Tin, dan Y. (2023). Pengaruh Brand Image, Lifestyle, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 8(1), 59–66.

- Krisito, R. E., Yacob, S., & Yuniarti, Y. (2020). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Lucky Coffee Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(3), 125–130. <https://online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/16865/12899>
- Latief, R. (2019). *Word Of Mouth Communication Penjualan Produk* (Lutfiah (ed.)). Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Lestari, W. P., Soebiantoro, U., Evanzha, E., & Amriel, Y. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui OFD Gofood: Studi Pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Bisnis Syariah*, 6(2), 2774–2789. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4162>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4.957>
- Mursalin, A. (2023). *Manajemen Pemasaran Islam* (N. N. Azizah (ed.); 1st ed.). Jejak Pustaka.
- Muslich. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Airlangga University press.
- Nizamuddin. (2021). *Metodologi Penelitian: Kajian Teoritis dan Praktis Bagi Mahasiswa*. CV. DOTPLUS Publisher.
- Novitasari Nainggolan, & Taufik Parinduri. (2020). Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i1.81>
- Nugroho, C. A., & Dewantara, Y. F. (2023). Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi terhadap Minat Beli di Javarover Coffee Company. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 9298–9303. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.3172>
- Nur, Indrianto dan Supomo, B. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi & Manajemen*. BPFE PT Penerbit & Percetakan.
- Nurchayadi, G. (2023). *Kisah Hairu Umam Bento, Sukses Kembangkan Bisnis Dari Nol Hingga Jadi Miliarder Muda*. Media Group - MediaIndonesia. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/589543/kisah-hairu-umam-bento-sukses-kembangkan-bisnis-dari-nol-hingga-jadi-miliarder-muda>
- Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Penerbit NEM.

- Nuryadin, M. T., Yunida, R., Bisnis, P. A., & Banjarmasin, P. N. (2023). Analisis Pengaruh Diskon dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Segmentasi Konsumen Runners dan Cyclers Di Kedai Kopi Mae Banjarmasin. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik Dan Niaga*, 23(2), 161–165. <https://doi.org/http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/issue/archive>
- Octhaviani, S., & Sibarani, H. J. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi Pada Pengguna Aplikasi Grab Food Di Kota Medan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 521–528. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i3.331>
- Permatasari, R. A., & Erdkhadifa, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Pelayanan, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dendy Sky View Tulungagung. *Mabny : Journal of Sharia Management and Business*, 2(02), 99–113. <https://doi.org/10.19105/mabny.v2i02.7070>
- Perwithasari, R., & Kurniawan, M. (2022). Analisis Sosial Media Instagram Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Bilik Tropical Sepatan. *Dynamic Management Journal*, 6(2), 160. <https://doi.org/10.31000/dmj.v6i2.6905>
- Prajasantana, K. A., Mardiatmi, A. B. D., & Argo, J. G. (2021). Analisis keputusan pembelian konsumen fore coffee senopati (studi pada masa pandemi covid19). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 187–200.
- Putra, C. I. R., Samari, S., & Sardanto, R. (2022). Analisis Variasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Ndalem Simbah. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7(76), 31–39.
- Rachman, Arif, Yochanan, Ilham Andi, dan P. H. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (1st ed., Vol. 1). CV Saba Jaya Publisher.
- Rahmawati, I. (2020). *Faktor Diskon, Bonus Pack, dan In Store Display serta Pengaruhnya terhadap Pembelian Impulsif* (D. Zulfikar (ed.); 1st ed.). LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Rismunawati, Puput., Rahma, N., & Fitria, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sego Sambel Cak Uut Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(09), 1–20.
- Sabila Imelda Putri, Salsa Ainurrohmah, Slamet Bambang Riono, & Muhammad Syaifulloh. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Indomie Terhadap Keputusan Pembelian Di Warmino Jayaberkah. *CiDEA Journal*, 2(2), 139–159. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.1368>

- Sari, Sherly Puspita, et al. (2024). *Operations & Supply Chain Management* (Sukemi (ed.)). Pradina Pustaka.
- Sekaran, Uma dan Bougie, R. (2019). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Sihombing, M. M., & Arifin, M. H. (2021). *Pengaruh Varian Menu , Harga , dan Suasana Cafe , Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin.* 1(1), 26–33.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12787>
- Simanihuruk, P. (2023). *Memahami Perilaku Konsumen (Strategi Pemasaran yang Efektif pada Era Digital)* (S. Juansa, Andra, Efitra (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sofia, S., Pala'biran, J., Wijiastuti, R. D., & Jamil, A. (2024). *Pengaruh Keunikan Produk dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Coffee. Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya,* 3(1), 1–8.
<https://doi.org/10.54371/jms.v3i1.300>
- Sopiah, S. dan. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)* (S. dan L. M. Ali (ed.); 1st ed.). PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cv.Afabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Andi Offset.
- Sumarwan. (2016). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. PT Ghalia Indonesia.
- Suprpto, H. (2020). *Pengantar Riset Ekonomi Dan Bisnis Dilengkapi Penggunaan Aplikasi Microsoft Excel dan IBM SPSS*. LPMM UNIKARTA PRESS.
- Tanjung, A. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen Pelita Bangsa,* 05(03), 1–18.
- 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. (2019). *Strategi Pemasaran* (5th ed.). Andi.

- Turap, T., Merupakan, T. B., Lebih, T. B., & Turap, T. D. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Cafe Maitreya Kopi Dau Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 11, 1–17.
- Wati, Indah Permata Mega, Noor Ellyawati, dan I. A. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Forthis House Samarinda. *International Journal of Research in Science, Commerce, Arts, Management and Technology*, 11(2), 410–421. <https://doi.org/10.48175/ijarsct-13062>
- Wibowo, M. F. R., & Rusminah, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Shop Komunal. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(2), 119–136. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i2.155>
- Winalda, I. T., Sudarwanto, T., & Produk, K. (2022). *Pengaruh word of mouth dan kualitas produk terhadap keputusan*. 10(1), 1573–1582. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1573-1582>
- Winarsih, R., Mandey, S. L., Wenas, R. S., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Sam, U., & Manado, R. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 388–399. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41953>
- Yakob, M., Lai, P., Indrawati, L., Lim, S. A., Pendidikan, J. R., & Pengajaran, D. (2024). Perngaruh Service Quality, Brand Image, Word of Mouth (Wom) Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 2024. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/>
- Yulia, A., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffe Shop. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 605–616.
- Yuliyanti, R. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Harga Produk, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Anak Muda Pada Coffee Shop Di Banjarmasin. *Jieb : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, November, 263–270. <http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>

_____.2021. *Buku Pedoman Penyusunan Skripsi*. FEB. UMK

<https://www.instagram.com/bentokopi.kudus/> (Diakses 7 Agustus 2024)

<https://www.instagram.com/bentokopiindonesia/> (Diakses 7 Agustus 2024)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/indonesia-jadi-produsen-kopi-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-20222023> (Diakses 8 Agustus 2024)

<https://ottencoffee.co.id/majalah/kisah-bento-kopi-hingga-miliki-70-outlet-tersebar-di-jawa> (Diakses 26 Agustus 2024)

<https://www.cnbcindonesia.com/research/20240822113220-128-565458/nasib-kopi-indonesia-primadona-dunia-yang-tengah-terancam> (Diakses 15 Desember 2024)

<https://santinocoffee.co.id/data-konsumsi-kopi-di-indonesia-terbaru/> (Diakses 15 Desember 2024)

