

## DAFTAR PUSTAKA

(n.d.).

Abdurrahman, N. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.

Alfari, S. (2020). *Sekilas tentang Coffee Shop*. Retrieved from arsitag.com:  
<https://www.arsitag.com/article/sekilas-tentang-coffee-shop>

Amstrong, & Kotler. (2004). *Dasar - Dasar Pemasaran. Jilid 1 Edisi 9*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

anjela, N. (2019). Pengaruh Harga, Lokasi, Pelayanan, Dan Suasana Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Coffee Shop Di Kota Malang . 75.

Audika, B. (2019, Maret 11). *Minum Kopi, Gaya Hidup yang Menjadi Kebutuhan Hidup*. Retrieved from Kompasiana.com:  
<https://www.kompasiana.com/bahtraaudika/5c83a9f343322f08126cdd06/minum-kopi-adalah-gaya-hidup-yang-menjadi-kebutuhan-hidup?page=all>

BadanPusatStatistik. (2017). *Statistik Kopi Indonesia 2017*. Retrieved from bps:  
<https://www.bps.go.id/publication/2018/12/20/71e7ada61b13e59be0b1bf80/statistik-kopi-indonesia-2017.html>

Bandung, W. K. (2020, April). *18 Coffee Shop Baru di Bandung 2020*. Retrieved from [www.pergidulu.com](http://www.pergidulu.com): <https://www.pergidulu.com/coffee-shop-baru-bandung-2020/>

Clarisa, S. (2018). Pengaruh Customer Experience Terhadap Brand Preference (Suatu Studi Komparasi Antara Maxx Coffee dan Starbucks).

Coffee, O. (2019, April 7). <https://majalah.ottencoffee.co.id>. Retrieved from ALASAN PELANGGAN BERKUNJUNG KE KEDAI KOPI:  
<https://majalah.ottencoffee.co.id/alasan-pelanggan-berkunjung-ke-kedai-kopi/>

Dewi, L. (2016). Pengaruh Atribut Produk, Sikap, Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Coffee Toffee Padang .

Dewi, L., Kamener, D., & Yuliviona, R. (2016). Pengaruh Atribut Produk, Sikap, Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap. 3.

Dikemas, A. (2019, oktober). *Lokasi Usaha Sangat Penting Untuk Bisnismu, Betulkah?* Retrieved from [bisnisukm.com](http://bisnisukm.com): <https://bisnisukm.com/lokasi-usaha-sangat-penting-untuk-bisnis-betulkah.html>

Erkmen, E. (2019). Building brand relationship for restaurants: An examination of. *Emerald Insight*.

- Farhan Nurikhsan, W. S. (2019). FENOMENA COFFEE SHOP DI KALANGAN KONSUMEN REMAJA . *Core.ac.uk*.
- Globalnews.id. (2020, Februari 12). *Minum Kopi Sudah Jadi Gaya Hidup, Ribuan Kedai Kopi Menjamur*. Retrieved from <http://globalnews.id/minum-kopi-sudah-jadi-gaya-hidup-ribuan-kedai-kopi-menjamur/>
- Hartono, D. (2018). ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DI KAFE RUANG.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- hestanto. (n.d.). *Harga Suatu Produk atau Jasa*. Retrieved from <https://www.hestanto.web.id/>: [https://www.hestanto.web.id/harga-suatu-produk-atau-jasa/#:~:text=Menurut%20Peter%20dan%20Olson%20\(2000,elemen%20yang%20berkaitan%20dengan%20pendapatan.&text=Kesan%20ini%20akan%20menciptakan%20nilai%20persepsi%20konsumen%20terhadap%20suatu%20barang.](https://www.hestanto.web.id/harga-suatu-produk-atau-jasa/#:~:text=Menurut%20Peter%20dan%20Olson%20(2000,elemen%20yang%20berkaitan%20dengan%20pendapatan.&text=Kesan%20ini%20akan%20menciptakan%20nilai%20persepsi%20konsumen%20terhadap%20suatu%20barang.)
- Hikhman. (2017, agustus). *3 Peran Penting UMKM. Penggerak Penting Ekonomi Indonesia*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/hikhman/599eabfae728e442d60622e2/3-peran-penting-umkm-penggerak-penting-ekonomi-indonesia>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- InterActive. (2019, april 24). *Strategi Pelayanan Restoran yang Baik dan Disukai Pelanggan (Part 1)*. Retrieved from [interactive.co.id](https://interactive.co.id/blog/strategi-pelayanan-restoran-yang-baik-dan-disukai-pelanggan-part-1-139.html): <https://interactive.co.id/blog/strategi-pelayanan-restoran-yang-baik-dan-disukai-pelanggan-part-1-139.html>
- J. Paul, P., & Jerry C. Olson. (2014). *Consumer Behaviour: Perilaku Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Koo, L. C. (1999). Preferential segmentation of restaurant attributes through conjoint analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Kotler , P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- kumparan. (2019, april). *Kunci Bisnis Coffee Shop: Layanan, Kualitas Barista, dan Lokasi*. Retrieved from [kumparan.com](https://kumparan.com/kumparanbisnis/kunci-bisnis-coffee-shop-layanan-kualitas-barista-dan-lokasi-1qtEIUDBj3S): <https://kumparan.com/kumparanbisnis/kunci-bisnis-coffee-shop-layanan-kualitas-barista-dan-lokasi-1qtEIUDBj3S>

- Maxmanroe. (2019). *Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang, Kriteria, dan Ciri-Ciri UMKM*. Retrieved from manroe:  
<https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-umkm.html>
- Ningrat, R. D., & Maharani, N. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli pada Kedai Kopi. *Prosiding Manajemen*.
- Ningrum, A. S., & Suryoko, S. (2018). PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN LOKASI. 8.
- Ningrum, A. S., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Harga, Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Peacockoffie, Semarang. 8.
- Nisa Farasa, H. E. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebetahan di Kafe:.  
[temuiilmiah.iplbi.or.id](http://temuiilmiah.iplbi.or.id).
- Poniman, A., & Sentoso, T. (2015). Analisa Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Memilih Coffee Shop Di Surabaya. 2.
- Riadi, M. (2018, maret). *Pengertian, Jenis, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup*. Retrieved from Kajian Pustaka:  
<https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup.html>
- Riadi, M. (2020, Februari 20). *Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan)*. Retrieved from kajianpustaka.com:  
<https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html>
- Risnandar, C. (2017, April). *Top 10 Negara Penghasil Kopi Terbesar*. Retrieved from jurnalbumi.com: <https://jurnalbumi.com/top/negara-penghasil-kopi/>
- Rita. (2017, November). *Store Atmosphere*. Retrieved from <http://bbs.binus.ac.id/>:  
<http://bbs.binus.ac.id/international-marketing/2017/11/store-atmosphere/>
- Sangadji, & Sopiha, E. (2013). *Perilaku konsumen : pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso, S. (2012). *Aplikasi SPSS pada Statistik Multivariat*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Simamora, B. (2003). *Analisis Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Soekresno. (2002). *Manajemen Food and Beverage Service hotel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Sujarweni, V. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Sularso, S. (2003). *Buku Pelengkap Metode Penelitian Akuntansi Sebuah Pendekatan Replikasi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Susanti, R. (2019, 05 24). *Bali dan Bandung Jadi Destinasi Wisata Kuliner Unggulan Indonesia*. Retrieved from bandung.kompas.com:  
<https://bandung.kompas.com/read/2019/05/24/11293611/bali-dan-bandung-jadi-destinasi-wisata-kuliner-unggulan-indonesia>
- Thoha Mansur, N. M. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Toffin.id. (2020). 2020 Brewing in Indonesia : Insights for Successful Coffee Shop Business. 26.
- Toffin.id. (2020). 2020 Brewing In Indonesia: Insights For Successful Coffee Shop Business. 6.
- Wardhana, A., Kartawinata, B. R., & Syahputra. (2014). Analisis Positioning top Brand Coffee shop Berdasarkan Persepsi Pelanggan di Kota Bandung. *Unisba*, 1.
- webpraktis. (2018, juni 21). *Alasan Penting Mengapa Promosi Wajib Dilakukan*. Retrieved from <https://webpraktis.com/>: <https://webpraktis.com/blog/alasan-penting-mengapa-promosi-wajib-dilakukan>
- Wulansari, E., & Tri Sudarwanto. (2014). Pengaruhcafeatmospheredan Hargaterhadap Keputusan Pembelianpada Pos Shop Coffee Toffee Simpang.
- Yuliandri, M. T. (2015, agustus). *10 HAL YANG MEMBUAT SEBUAH COFFEE SHOP SUKSES*. Retrieved from <https://majalah.ottencoffee.co.id/>:  
<https://majalah.ottencoffee.co.id/10-hal-yang-membuat-sebuah-coffee-shop-sukses/>