

## DAFTAR PUSTAKA

- Andreani, F. (2007). *Experiential marketing* (sebuah pendekatan pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1).
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1), 15-31.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al tijarah*, 6(3), 96-107.
- Abdullah, Thamrin & Tantri, Francis. 2016. *Manajemen Pemasaran*” Cetakan kelima. Jakarta: Penerbit PT. Rajagrafindo Persada.
- Aknesia, V., Daryanto, A., & Kirbrandoko, K. (2015). Business development strategy for specialty coffee. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*, 1(1), 12-12.
- Anjani, E. R., & Simamora, V. (2022). Pengaruh influencer, harga dan kualitas produk skincare scarlett whitening terhadap keputusan pembeli Generasi Z, DKI jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1293-1308.
- Badan Pusat Statistik (2020). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, di INDONESIA - Dataset - Sensus Penduduk 2020 - Badan Pusat Statistik*. Sensus BPS. Retrieved February 20, 2024, from <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>
- British Coffee Association (2021). *Coffee Consumption*. British Coffee Association. Retrieved February 28, 2024, from <https://britishcoffeeassociation.org/coffee-consumption>
- Beneke, J., Flynn, R., Greig, T. and Mukaiwa, M. (2013), "The influence of perceived product quality, relative price and risk on customer value and willingness to buy: a study of private label merchandise", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 22 No. 3, pp. 218-228.
- Bhuwaneshwari, D.M., & Hemasuruthi, S. (2023). A Study on Social Media Influences on Generation Z Buying Behaviour. *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology*.

- Bhumiratana, N., Adhikari, K., & Chambers IV, E. (2014). The development of an emotion lexicon for the coffee drinking experience. *Food Research International*, 61, 83-92.
- Box, G. E., & Muller, M. E. (1958). A note on the generation of random normal deviates. *The annals of mathematical statistics*, 29(2), 610-611.
- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan*, 2(2), 127-133.
- Booms, B.H. & Bitner, M.J. (1981), "Marketing strategies and organization structures for service firms", in Donnelly, J.H. and George, W.R. (Eds), *Marketing of Services*, American Marketing Association, Chicago, IL, pp. 47-51.
- Charters, S. (2006). Aesthetic products and aesthetic consumption: A review. *Consumption, Markets and Culture*, 9(3), 235-255.
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). The effect of product quality, service quality, price on product purchasing decisions on consumer satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 61-70.
- Dagustani, D. A. (2011), *Analisis Hubungan Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan*, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.
- Danang Sunyoto, S. H., & SE, M. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Media Pressindo.
- Dewi, I. T., & Hasibuan, M. I. (2016). Pengaruh Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantauprapat. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 3(1), 93-103.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Fitriani, F., Arifin, B., & Ismono, H. (2021). Indonesian coffee exports and its relation to global market integration. *Journal of Socioeconomics and Development*, 4(1), 120-133.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen?: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*, 12, 1-10.
- Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). Kajian budaya minum kopi indonesia. *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*, 13(2), 153-172.
- Garvin, D. A., & Quality, W. D. P. (1984). Really mean. *Sloan management review*, 25, 25-43.

- Ghozali, I. (2018). Penerapan Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif: untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya.
- Herlyana, E. (2014). Fenomena coffee shop sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda. *THAQAFIYYAT: Jurnal Bahasa, Peradaban dan Informasi Islam*, 13(1), 187-204.
- Hurdawaty, R., Wibowo, F. S., & Sulistiyowaty, R. (2023). Studying the Consumption Behaviour of Generations Y and Z towards Ready-To-Drink Coffee. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 2(1), 10-26.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2012). Consumer behavior. Cengage Learning.
- Herlina, V. (2019). Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS. Elex Media Komputindo.
- Hartini, S. (2012). Peran inovasi: pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 14(1), 83-90.
- Hutasoit, R. A., Solikhun, S., & Wanto, A. (2018). Analisa Pemilihan Barista dengan Menggunakan Metode TOPSIS (Studi Kasus: Mo Coffee). *KOMIK (Konferensi Nasional Teknologi Informasi dan Komputer)*, 2(1).
- Hightower, R. Jr. 2010. Commentary on Conceptualizing the Servicescape Construct in „A Study of the Service Encounter in Eight Countries. *Marketing Management Journal*, 20(1) Spring: 76-86.
- International Coffee Organization (2023). *COFFEE REPORT AND OUTLOOK*. International Coffee Organization. Retrieved February 19, 2024, from [https://icocoffee.org/documents/cy2023-24/Coffee\\_Report\\_and\\_Outlook\\_December\\_2023\\_ICO.pdf](https://icocoffee.org/documents/cy2023-24/Coffee_Report_and_Outlook_December_2023_ICO.pdf)
- Iqbal, M. (2015). Regresi Data Panel (2): Tahap Analisis. *Blog Dosen Perbanas*, 2, 1-7.
- Janie, D. N. A. (2012). Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan SPSS. *Jurnal*, April, 52.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama

- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing: Global edition* (15th edition). Pearson Education.
- Khanal, J. (2018). *Influence of affective, cognitive and behavioral intention on customer attitude towards coffee shops in Norway: Comparative study of local and international branded coffee shop* (Master's thesis, Nord universitet).
- Keiningham, T., Ball, J., Benoit, S., Bruce, H. L., Buoye, A., Dzenkovska, J., ... & Zaki, M. (2017). The interplay of customer experience and commitment. *Journal of Services Marketing*, 31(2), 148-160.
- Koto, F. F., Soebijakto, G. S. A., & Adriana, E. (2023). Analisis Pengaruh Atmosfer Café Dan Customer Experience Terhadap Pengambilan Keputusan Customer Yaitu Mahasiswa Malang Dalam Pemilihan Tempat Coffee Shop Untuk Belajar. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(3), 08-19.
- Kwame Opoku, E., Tham, A., Morrison, A. M., & Wang, M. J. S. (2023). An exploratory study of the experiencescape dimensions and customer revisit intentions for specialty urban coffee shops. *British Food Journal*, 125(5), 1613-1630.
- Kristiutami, Y. P., & Rahayu, V. J. (2020). Peranan Pramusaji Dalam Meningkatkan Pelayanan Demi Kepuasan Tamu di Feast Restaurant Sheraton Bandung Hotel & Towers. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 2(2), 63-71.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of marketing*, 80(6), 69-96.
- Levin, M. A., & Kalal, T. T. (2003). *Improving product reliability: strategies and implementation* (Vol. 1). John Wiley & Sons.
- Mainardes, E.W., Gomes, V.C.A., Marchiori, D., Correa, L.E. and Guss, V. (2019), "Consequences of customer experience quality on franchises and non-franchises models", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 47 No. 3, pp. 311-330.
- Mufarrikoh, Z. (2019). *Statistika pendidikan (Konsep sampling dan uji hipotesis)*. Jakad Media Publishing.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* l.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342.
- Meidiawati, K., & Mildawati, T. (2016). Pengaruh size, growth, profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(2).

- Moreno, F. M., Lafuente, J. G., Carreón, F. Á., & Moreno, S. M. (2017). The characterization of the millennials and their buying behavior. *International Journal of Marketing Studies*, 9(5), 135-144.
- Morris, J. (2017). *We Consumers—Tastes, Rituals, and Waves*. In *The craft and science of coffee* (pp. 457-491). Academic Press.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya. *Jurnal studi komunikasi dan media*, 15(1), 128-137.
- Manoppo, F. (2013). Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Nurlan, F. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif*. CV. Pilar Nusantara.
- Novia, F., & Dewi, E. (2016). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Membership Card, Trust, Perceived Quality dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Konsumen di Starbucks Coffee Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 4(2), 73-92.
- Nurikhsan, F. (2019). Fenomena coffee shop di kalangan konsumen remaja. *Widya Komunika*, 9(2), 137-144.
- Osteras, T., Murthy, D. N. P., and Rausand, M. (2006). Product performance and specification in new product development. *Journal of Engineering Design* 17 (2) 177-192.
- Putri, P. K. (2023). **PENGARUH STORE ATMOSPHERE, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN** (Studi Kasus Pada Pelanggan Starbucks Rawamangun Jakarta) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Robinette, S., Brand, C., & Lenz, V. (2001). *Emotion marketing: The hallmark way of winning customers for life*. US: McGraw Hill.
- Panggabean, I. E. (2011). *Buku pintar kopi*. AgroMedia.
- Poluakan, M. V., Dikayuana, D., Wibowo, H., & Raharjo, S. T. (2019). Potret generasi milenial pada era revolusi industri 4.0. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2), 187-197.
- Putra, Y. S. (2017). Theoretical review: Teori perbedaan generasi. *Among makarti*, 9(2).
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013

dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

- Prasodjo, A. (2016). Gaya Hidup Konsumen Warung Kopi di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember. *UNEJ e-Proceeding*, 133-143.
- Retnawati, H. (2017, September). Teknik pengambilan sampel. In Disampaikan pada workshop update penelitian kuantitatif, teknik sampling, analisis data, dan isu plagiarisme (pp. 1-7).
- Rahardjo, P. (2017). Berkebun kopi. Penebar Swadaya.
- Rahardjo, P. (2012). Kopi. Penebar Swadaya Grup.
- Raharjo, A. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu "AS". *SEGMEN: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1).
- Ranindyasa, A. N. (2022). *Pemaknaan Konsumsi Kopi Di Kedai Kopi Independen bagi Konsumen Anak Muda 30KOM2022* (Doctoral dissertation, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS DIPONEGORO).
- Suara Surabaya (2022). *Kedai Kopi Lokal Masih di Hati*. Suara Surabaya. Retrieved March 19, 2024, from <https://www.suarasurabaya.net/info-grafis/2022/kedai-kopi-lokal-masih-di-hati/>
- Syafarudin, A. (2021). The effect of product quality on customer satisfaction implications on customer loyalty in the era Covid-19. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 71-83.
- Sari, M., & Kapuy, H. R. (2022). Pengaruh Interior Display dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Butterfly. *Ekomen*, 21(1), 36-46.
- Selang, C. A. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).
- Subianto, T. (2007). Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165-182.
- Syahrial, E., Suzuki, H., & Schvaneveldt, S. J. (2019). The impact of serviceability-oriented dimensions on after-sales service cost and customer satisfaction. *Total Quality Management & Business Excellence*, 30(11-12), 1257-1281.



- Schmitt, B.H. (1999) *Experiential Marketing. How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Brands*. The Free Press, New York.
- Snel, J. (2002). *Coffee and caffeine: good thinking!*. Invited Paper for Physiological Committee on the effects of Caffeine, Paris, France.
- Sugiyono, M. (2008). *Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, S., Irwansyah, S. R., Rochmi, A., Wibowo, T. S., & Rahmawati, H. U. (2022). Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Di Restoran Cepat Saji Mccafe. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 4121-4128.
- Sandi, B. (2017). Pengaruh E-Wom dan customer experience terhadap keputusan pembelian produk pakaian di situs jual beli online Tokopedia. *MBR (Management and Business Review)*, 1(2), 106-115.
- Tunjungsari, K. R., & Swari, P. A. I. (2021). Penerapan kualitas pelayanan pramusaji pada pesisir restoran di the alantara sanur. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 11(2), 141-164.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*, edisi kedua. Yogyakarta: Andi.
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342-351.
- Vehovar, V., Toepoel, V., & Steinmetz, S. (2016). Non-probability sampling (Vol. 1, pp. 329-45). *The Sage handbook of survey methods*.
- Waxman, L. (2006). The coffee shop: Social and physical factors influencing place attachment. *Journal of Interior Design*, 31(3), 35-53.
- Wibowo, A. F., Wulandari, J., & Nugeraha, P. (2021). Pengalaman Pelanggan, Reference Group, Persepsi Harga Dalam Keputusan Pembelian Produk Etnik Fashion. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 4(1), 38-50.
- Wijoyo, H., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Wibowo, M. F. R., & Rusminah, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian coffee shop komunal. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 9(2), 119-136.

- Yusnia, Y., & Burhanudin, A. Y. (2020). Customer Experience, Diferensiasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pusat Grosir Solo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(01), 463826.
- Yugantara, P., Susilo, R. K. D., & Sulismadi, S. (2021). Gaya Hidup Ngopi Sebagai Perilaku Konsumsi. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(1), 126-137.
- Yeretzian, C. (2017). Coffee. *Springer handbook of odor*, 21-22.
- Zulkarnain, M., & Abdul, L. (2021). Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Bus. Innov. Entrep. J*, 3(1), 38-44.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill.
- Zaluchu, S. E. (2020). Strategi penelitian kualitatif dan kuantitatif di dalam penelitian agama. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4(1), 28-38.

