

DAFTAR PUSTAKA

- Arkam, M. M. (2020). Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan. dalam *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 5, Nomor 1).
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Kopi Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., dan Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 85-104.
- Bkis, A. K., Winarno, S. T., dan Laily, D. W. (2023). The Influence of Price, Store Atmosphere, and Brand Image on Purchasing Decision of Product in Sehari Sekopi Sidoarjo. *Journal Of Economics, Finance And Management Studies*, 6(07).
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., dan Hamid, A. (2020). *Brand, Islamic Branding, and Re-Branding*. Depok: Depok Rajawali Pers.
- Fahmi, I. (2019). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung, Alfabeta.
- Fathorrahman. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk NK Café Malang. *Competence: Journal of Management Studies*, 15(2), 215–229.
- Gunadi, F. A., Adiwijaya, M., dan Subagio, H. (2017). Pengaruh Perceived Quality terhadap Brand Loyalty dengan Brand Image dan Brand Trust sebagai Variabel Intervening pada Merek Laptop Buatan Indonesia. *Petra Business and Management Review* (Vol. 3, Nomor 2).
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Black, W. C. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education Ltd.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- International Coffee Organization (ICO). (2021). *Domestic Coffee Consumption in Indonesia*. London: International Coffee Organization.
- Irianto, H., Azizah, H., dan Riptanti, E. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yoghurt Cimory Di Surakarta. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 469–481.
- Islamiyah, K., dan Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mi Instan Sarimi (Studi pada Mahasiswa yang Sedang Kuliah di Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1567.

- Kock, N. (2022). *WarpPLS User Manual : Version 7.0*. ScriptWarp Systems.
- Kotler, Philip and Armstrong, G. (2016). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Legi, E., Lengkong, V., Rogi, M., Immanuel Miracle Legi, E., Lengkong, V. P., Rogi, M. H., dan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, J. (2023). The Influence of Brand Image, Store Atmosphere and Product Quality on Customer Satisfaction in Kopi Janji Jiwa Jilid 667 Tomohon. *2121 Jurnal EMBA*, 10(4), 2121–2131.
- Lestari, I., dan Sukmono, R. A. (2022). Brand Image, and Food Quality on Purchase Decisions in Meat Processing Industry Products, Canned Food, and Bakery. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 21, 10-21070.
- Liswandany, F., Fitriyah, Z., Ekonomi dan Bisnis, F., Pembangunan Nasional, U., dan Timur, J. (2022). Pengaruh Lokasi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Dolan Kopi Surabaya. *Journal Of Management and Business*, 5(2), 2022-2071.
- Muhtarom, A., Fitrotun, E., Rusmawati, Y., dan Pratama, A. P. (2023). Analisis Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Makanan Khas Lamongan (Study Kasus pada Konsumen Sentral Nasi Boran Lamongan dengan Analisis Metode Partial Least Square. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 8(1), 117-130.
- Nurrahmanita, A. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Lokasi, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Restoran Makanan Cepat Saji di Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta). *Universitas Mercu Buana, Jakarta*.
- Pakpahan, M. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Cipta Rancana Media Pakpahan.
- Poniman, A. S. dan T. A. C. Sentoso. (2015). Analisisa Faktor yang Menjadi Preferensi Konsumen dalam Memilih Coffee Shop di Surabaya. *Surabaya: Universitas Kristen Petra*.
- Purba, R. E., dan Hayati, B. (2011). Analisis Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro). *Universitas Diponegoro*.
- Ramaddini, P. A., dan Silitonga, P. (2024). The Effect of Product Quality and Price Discounts on Word of Mouth and Purchasing Decisions at Esteh Indonesia. *Journal of Business and Halal Industry*, 1(3), 72–82.
- Rukmana, R. (2014). *Untung Selangit Dari Agribisnis Kopi*. Yogyakarta: Lily Publisher.

- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., and Elias, S. J. (2011). Food Quality Attributes among Fast Food Customers. *International Business and Management*, 2(1), 198–208.
- Solikatun, S., Kartono, D. T., dan Demartoto, A. (2015). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi pada Peminum Kopi di Kedai Kopi Kota Semarang. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1), 60–74.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Badan Penerbit ALFABETA.
- Yakin, R. A., and Hutauruk, B. M. (2023). The Influence of Brand Image, Location and Price on Purchasing Decisions of Dunkin' Donuts Products. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(3), 457–461.
- Wakefield, K. L., and Blodgett, J. G. (2016). Retrospective: The Importance of Servicescapes in Leisure Service Settings. *Journal of Services Marketing*, 30(7), 686–691.
- Zulfania, M., dan Soebiantoro, U. (2023, Oktober 18). The Influence of Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions of Nescafe Coffee in Packaging Ready to Drink in Surabaya City. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(5), 1673–1684.