DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Azhari, M. T., Bahri, A. F., Asrul, & Rafida, T. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Bastian, A. F. 2022. *Strategi Marketing Mix Politik dalam Pemenangan Pilkada—Suatu Pendekatan Praktik dan Akademik*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Febriani, N., & Dewi, W. W. A. 2019. *Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus*. Malang: Brawijaya Press.

Hendrawan, A. Y. 2024. *Strategi Keluarga Dalam Mengatasi Fear Of Missing Out (FOMO) Pada Generasi Z Melalui Pemuridan Dengan Pendekatan Psikologi Dan Spiritualitas Yang Berpusat Pada Injil*. Jawa Tengah: Amerta Media.

Kusumadewi, R., Fitriadi, H., Sari, A. F. K., dkk. 2023. *Perkembangan Ekonomi Kreatif & Ekonomi Industri Berbasis Digital*. Jawa Barat: Penerbit Adab.

Nurlan, F. 2019. *Metodologi penelitian kuantitatif*. CV. Parepare: Pilar Nusantara.

Priadana, M. S., & Sunarsi, D. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.

Santoso, I., & Madiistriyatno, H. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kota Tangerang: Indigo Media.

Sari, M. D. 2023. *Perilaku Konsumen*. Jawa Barat: Uwais Inspirasi Indonesia.

Sayidah, N. 2018. *Metodologi Penelitian Disertai Dengan Contoh Penerapannya Dalam Penelitian*. Jawa Barat: Zifatama Jawara.

Wasista, P. U., Giri, K. R. P., Artadi, I. M. P., dkk. 2024. *Desain Interior*: *Teori dan Perkembangannya*. Denpasar: Sidyanusa.

JURNAL

Abduh, M. S. (2024). *Local Culinary Tourism Model to Encourage Repurchase Intention among Generation Z Tourists through Locavorism in the Special Capital Region of Jakarta [Doctoral Dissertation, Trisakti Institute of Tourism]*. *https://repository.iptrisakti.ac.id/4832/*

Anissa Indah, R. (2025, Mei 14). PENGAMBILAN KEPUTUSAN, SIKAP DAN KEPUASAN KONSUMEN MINUMAN KOPI DI BENEFIT COFFEE KOTA BANDAR LAMPUNG [Skripsi]. FAKULTAS PERTANIAN. https://digilib.unila.ac.id/88389/

Azhari, M. T., Bahri, A. F., Asrul, & Rafida, T. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Bastian, A. F. (2022). Strategi Marketing Mix Politik dalam Pemenangan Pilkada—Suatu Pendekatan Praktik dan Akademik. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Fadly, Z. A. (2025). *Consumer Preferences in Coffee Purchasing (Case Study: Sanubari and Waiting List Coffee Shops in Medan Baru District). Faculty of Agriculture, Universitas Islam Sumatera Utara. Retrieved from UISU Institutional Repository*

Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus. Universitas Brawijaya Press.

Febrianti. (2023). Karakteristik dan Sikap Konsumen Penikmat Kopi Manual Brew dan Kopi Espresso Based (Studi Kasus pada Kedai Kopi Teori di Kota Makassar). https://repository.umi.ac.id/3703/

Ghozali, I. (2018). *Multivariate Analysis Application Using IBM SPSS 25 Program (9th ed.). Diponegoro University Publishing Agency.*

Harahap, S. N. (2024). Pengaruh Experiential Marketing dan Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Kafe Sahabat Kopi Gunung Tua).

Haryanto, R., Hasan, G., Akbar, N., & Mulyadi, F. (2024). Perilaku konsumen (A. Asari, Ed.). https://repository.um.ac.id/5643/

Hendrajaya, C. T. (2026). KEPERCAYAAN DALAM SOCIAL COMMERCE: Pengaruh Sosial, Risiko, dan Perilaku Pengguna. Thalibul Ilmi Publishing & Education.

Hendrawan, A. Y. (2024). *Family Strategies in Addressing Fear of Missing Out (FOMO) Among Generation Z Through Discipleship Using a Gospel-Centered Psychological and Spiritual Approach. AMERTA MEDIA.*

Kustiawan, B., Apriyanto, A., Haryanti, T., & Rustam, A. (2025). Perilaku Konsumen: Pendekatan Strategis. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Kusumadewi, R., Fitriadi, H., Sari, A. F. K., Zulfkar, A. L., Islami, P. Y. N., Amrina, D. H., Badri, F., Fahrullah, A., Rasyid, F., Timur, Y. P., Sari, D. P., Romli, N. A., Saftri, D., Mustapita, A. F., Mahardika, S. G., Munir, M. B. B., Munir, T. B., Islami, N. N., Pramono, W., … Adab, P. (2023). PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF & EKONOMI INDUSTRI BERBASIS DIGITAL. Penerbit Adab.

Lindiani, L., Registiana, I., Fajrullah, F., & Noviyanti, I. (2024). Analisis Strategi Promosi Bisnis UMKM Coffee Shop Dengan Menggunakan Media Sosial. Google Docs. https://docs.google.com/spreadsheets/d/e/2PACX-1vTtQLTNlrYTQpaBUC-bE_cFZPf2xS1ybHWLzz5BfTghPT7R_Ds6HJk-A0UHS2t10OMPdk2B-0ExCbNG/pubhtml?gid=1880601776&single=true&usp=embed_facebook

LUKMAN, M. W. P. (2025). *Strategy for Enhancing the Competitiveness of Behind Café: A Case Study in the Racing Area of Makassar. Master's Thesis, Hasanuddin University. https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/46690/*

Nurlan, F. (2019). Metodologi penelitian kuantitatif. CV. Pilar Nusantara.

Pratiwi, R. W., & Awang Dharmawan S. I. Kom., M. A. (2022). PERSEPSI ANAK MUDA DI SURABAYA MENGENAI COFFEE SHOP SEBAGAI GAYA HIDUP MASYARAKAT PERKOTAAN. The Commercium, 5(2), 238–249. https://doi.org/10.26740/tc.v5i2.47850

Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). METODE PENELITIAN KUANTITATIF. Pascal Books.

Raja, T. M. (2020). KAJIAN APLIKASI BRAND IDENTITY PADA ELEMEN DESAIN INTERIOR GOURMET CAFÉ PETITENGET. Jurnal Arsitektur ARCADE, 4(2), 186. https://doi.org/10.31848/arcade.v4i2.451

Rohman, F. (2012). Peran Faktor Situasional & Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Butik di Kota Malang. Universitas Brawijaya Press.

Rosiqin, K., & Haryadi, B. (2025). The Influence of Scarcity Marketing, Urgency Marketing, and Interactivity in Live Streaming on Impulive Buying through Fear of Missing Out (FOMO) as a Mediating Variable in TikTok Live Shopping Consumers. YUME : Journal of Management, 8(1), Article 1. https://doi.org/10.37531/yum.v8i1.8507

Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Indigo Media.

Sari, M. D. (2023). PERILAKU KONSUMEN. Uwais Inspirasi Indonesia.

Sayidah, N. (2018). METODOLOGI PENELITIAN Disertai Dengan Contoh Penerapannya Dalam Penelitian. Zifatama Jawara.

Setiyani, S., & Idham, N. C. (2023). REDESIGN RUANG ROASTERY UNTUK MEMPERKUAT EKSISTENSI KAFE AESID MELALUI PENDEKATAN AROMA DALAM ARSITEKTUR. https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/47205

Silaban, E. Y. R. B., Saerang, I. S., & Tielung, M. V. J. `. (2024). PENGARUH CITRA MEREK, FEAR OF MISSING OUT DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP MINAT BELI PADA COFFEE FORE KAWASAN MEGAMAS MANADO. Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 12(4), Article 4. https://doi.org/10.35794/emba.v12i4.58886

Susanti, A., Triana Dewi, P. S., & Adnyana Putra, I. W. Y. (2021). Desain Interior Coffee Shop di Denpasar dan Loyalitas Konsumennya: Generasi Y dan Z: Generasi Y dan Z. Waca Cipta Ruang, 7(1), 1–17. https://doi.org/10.34010/wcr.v7i1.4383

Wardhana, F. A., & Sitohang, F. M. (2021). PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARKOP BENPADANG SIDOARJO | Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM). https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3942

Wasista, P. U., Giri, K. R. P., Artadi, I. M. P., Kerdiati, N. L. K. R., Trisna, N. M. S. W., Darmastuti, P. A., Utami, N. K. Y., Putra, W. E. J., Yupardhi, T. H., Nastiti, R. A., Aridewi, I. A. A. C., Pradnyaswari, I. A. K. A., Maharani, I. A.

D., Mahendra, I. M. A., Waisnawa, I. M. J., & Putra, P. S. U. (2024). Desain Interior: Teori dan Perkembangannya. SIDYANUSA.

SKRIPSI

Fadly, Z. A. (2025). PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KOPI (Studi Kasus: Di Coffee Shop Sanubari dan Waiting List Kecamatan Medan Baru) [Fakultas Pertanian, Universitas Islam Sumatera Utara]. http://repository.uisu.ac.id/handle/123456789/4779

Febrianti. 2023. *Karakteristik dan Sikap Konsumen Penikmat Kopi Manual Brew dan Kopi Espresso Based (Studi Kasus pada Kedai Kopi Teori di Kota Makassar)*. Fakultas Pertanian. Universitas Muslim Indonesia. Makassar. https://repository.umi.ac.id/3703/

Harahap, S. N. 2024. *Pengaruh Experiential Marketing dan Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Kafe Sahabat Kopi Gunung Tua)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary. Padang Sidimpuan. https://etd.uinsyahada.ac.id/10743/1/1940200173.pdf

DISERTASI

Abduh, M. S. 2024. *Model Wisata Kuliner Lokal Untuk Menarik Minat Membeli Kembali Bagi Wisatawan Generasi-Z Melalui Locavorism Di Daerah Khusus Jakarta*. Program Studi Doktor Pariwisata. Institut Pariwisata Trisakti. Jakarta. https://repository.iptrisakti.ac.id/4832/