

DAFTAR PUSTAKA

- Adithia, S., & Jaya, M. P. P. (2021). Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 37–46.
- Al Hafizi, N. A., & Ali, H. (2021). Purchase Intention and Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing and Discount on Medcom. Id Online News Portal. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 460–470.
- Aryani, E., Zanaria, Y., & Kurniawan, A. (2022). ANALISIS PERKEMBANGAN COFFEE SHOP SEBAGAI SALAH SATU PERANAN UMKM DI KOTA METRO. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 3(2), 139–145.
- Asir, M., Puspitasari, D., Wahab, A., & Anwar, M. A. (2023). Efektivitas Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Pelanggan dan Keputusan Pembelian Produk: Literature Review. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1790–1801.
- Candiwan, & Wibisono, C. (2021). Analysis of the influence of website quality to customer's loyalty on e-commerce. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 83 - 102.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Coffeland.co.id. (2020, 02 21). *ALASAN BISNIS COFFEE SHOP MENJADI BISNIS YANG SANGAT MENJANJIKAN*. From Coffeland Indonesia: <https://coffeeland.co.id/alasan-bnis-coffee-shop-menjadi-bisnis-yang-sangat-menjanjikan/>
- Databoks.id. (2023, 07 06). *Indonesia Jadi Produsen Kopi Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022/2023*. From AgroIndustri: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/indonesia-jadi-produsen-kopi-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-20222023>
- Damayanti, Y. (2019). Kajian literatur efektivitas electronic word of mouth (E-Wom) dalam meningkatkan minat beli pelanggan di sosial media. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 2(1), 31–45.
- Dihni, V. (2022). *Rata-rata Pengeluaran Konsumsi Bulanan Responden Indonesia (2017-2021)*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Fauzan, A., Rusilanti, R., & Artanti, G. D. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan Di Coffee shop Gans Oemah Eyang. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(8), 1332–1340.

- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2), 2158244020919517. <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Undip .
- Hardiani, H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ilhamalimy, R. R., & Mahaputra, M. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 1(1), 85–97.
- Indrawati, Rabbani, A. P., & Kurnia. (2021). Using Text Mining to Improve Service Quality Effort: A Case on Indonesia Beauty E-Commerce. *2021 International Conference Advancement in Data Science, E-Learning and Information Systems, ICADEIS 2021*.
- Indrawati, P. D. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. *Bandung: PT Refika Aditama*.
- Kasturi, D., Suharyati, S., & Nastiti, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan. *PERWIRA-Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 2(2), 155–175.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management*.
- Mahanani, E., & Alam, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan D'besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan D'Besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat*, 19(01), 11–22.
- Maulida, E., & Irhandayaningsih, A. (2020). Persepsi Pengunjung terhadap Kelana Kopi sebagai Coffee shop Literasi di Kota Tegal. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 9(2), 52–63.
- Mulia, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Kecil Menengah Kabupaten Garut. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 57–63.
- Naini, N. F., Santoso, S., Andriani, T. S., & Claudia, U. G. (2022). The effect of product quality, service quality, customer satisfaction on customer loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50.
- Priyobodo, D. I., & Sulistiadi, W. (2022). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning dan Bauran Pemasaran pada RS X dalam Mengembalikan

- Kepercayaan Pasien saat Pandemi Covid-19: Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 5(4), 343–351.
- Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Pelanggan: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Pelanggan). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 504–514.
- Risanti, M. M., & Riyanto, S. (2021). Efektivitas Komunikasi Pemasaran Umkm Kopi Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Responden [JSKPM]*, 5(5), 684–696.
- Rahayu, S., & Wati, L. N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Manajemen [EKOBIS]*, Vol 8. No2
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Sari, P. K., Alamsyah, A., & Wibowo, S. (2018). Measuring e-Commerce service quality from online customer review using sentiment analysis. *Journal of Physics: Conference Series*, Volume 971, Issue 1.
- Santoso, S. (2023). *Panduan Lengkap SPSS 27*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Siregar, A. (2023). Pengaruh PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 1067–1073.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukartiko, K. H. W. M. M. P. K. A. C. (2019). The Effect of Perceived Quality, Price, and Product Safety on Loyalty Consumer XYZ Products. *Agroindustrial Journal*, 6(2), 423–431
- Tirtayasa, S. (2022). *Effect Of Product Quality And Service On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As An Intervening Variable (Study On Coffee Shop In Medan)*. *International Journal of Science, Technology & Management*, ISSN: 2722 - 401
- Toffin Indonesia. (2020, 11 12). *Toffin Indonesia Merilis Riset “2020 Brewing in Indonesia”*. From Toffin Stories: <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riset-2020-brewing-in-indonesia/>

- Tonda, F., & Tyas, T. S. N. (2022). Literature Review Determinasi Perilaku Pelanggan: Kebudayaan, Sosial Dan Pribadi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 509–519.
- Undip.id. (2022, 03 24). *Fenomena Coffee Shop, Bisnis Kekinian di Indonesia*. From Undip: <https://undip.id/2022/fenomena-coffee-shop-bisnis-kekinian-di-indonesia/>
- Wibowo, A. (2019). Potensi dan tantangan kopi di era milenial. *Warta Pusat Penelitian Kopi Dan Kakao Indonesia*, 31(2), 16–23.
- Wijaya, M. S., & Tjahyadi, R. A. (2023). Pentingnya Keahlian dan Kepercayaan dalam Membangun Loyalitas. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 14(1), 28–31.
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399–410.
- Yose, D., Ikhwan, I., & Amri, E. (2022). Fenomena pelaku konsumtif remaja Kota Padang penikmat coffee shop. *Jurnal Perspektif*, 5(2), 208–216.
- Yosepha, S. Y. (2021). Determinan Penggunaan Media Sosial, Kreativitas dan Pelatihan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Coffee shop di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 165–181.