

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto, & S. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Gava Media.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew research center, 17(1), 1-7.
- Fakhrunisa, S. A. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 372 KOPI DI BANDUNG Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran 372 Kopi Di Bandung*. Doctoral dissertation, FISIP UNPAS.
- Greenberg, P. (2010). *CRM at the speed of light: Social CRM 2.0 strategies, tools, and techniques for engaging your customers*. McGraw-Hill.
- Hamidah, N. &. (2018). *Dasar-dasar pelayanan makanan dan minuman (food and beverage service)*. Andi Offset.
- Hardey, M. (2007). *The city in the age of Web 2.0: A new synergistic relationship between place and people*. nformation, Communication & Society, 10(6), 867-884. .
- Hoetoro, A. (2018). *Perilaku konsumen: Strategi dan implementasi dalam pemasaran*. indeks.
- Komar, R. (2014). *Pengantar Manajemen Perhotelan*. Alfabeta.
- Kotler, P. &. (2021). *Marketing management (16th ed.)*. . Pearson.
- Kunto, H. (1984). *Wajah Bandoeng Tempo Doeloe*.
- Lyons, S. &. (2014). *Generational differences in the workplace: A review of the evidence and directions for future research*. urnal of Organizational Behavior, 35(S1), S139-S157.
- Medhiatika, A. (2018). *Strategi pemasaran pada industri kedai kopi di era digital*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 12(2), 45-55.
- Meyer, C. &. (2007). *Understanding customer experience*. Harvard Business Review, 85(2), 116-126.
- Nurhalim, H. (2022). *Preferensi generasi Z terhadap tempat hangout di kota besar*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 11(1), 22-30.
- Putri, G. J. (2013). *Perilaku konsumen dalam memilih kedai kopi sebagai tempat bersosialisasi*. Jurnal Psikologi, 8(2), 101-110.
- Sandjaja, S. &. (2009). *Dasar-dasar tata boga*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. H. (2015). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Ghalia Indonesia.