

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. 2014. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah, A. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Anindita, R., & Handayani, S. (2021). Pengaruh brand image terhadap minat beli konsumen pada usaha coffee shop. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 110–121.
- Budianto, A. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revi. Yogyakarta: Ombak.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.
- Fachrurazi, et al. 2022. *Pengantar Manajemen*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, hlm. 128–131.
- Fitriani, A., & Laksana, R. D. (2020). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen pada industri kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 15(1), 25–34.
- Gofur, A. 2019. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Malang: Universitas Negeri Malang Press.
- Harahap, Dedy A, and Dita A. 2018. *Pengantar Manajemen*. Cetakan Ke. Bandung: Alfabeta.
- Hasibuan, M. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. 2nd ed. Jakarta: Bumi Aksara.
- Helmi. 2016. *Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian*. Bandung: Alfabeta.
- Hidayat, A., & Suryani, T. (2021). Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian pada sektor kuliner. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 55–64.
- Isnani, and P. N. Madiawati. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P and Gary Armstrong. 2016. *Principles of Marketing*. 16th ed. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. 17th Edition.

- Harlow: Pearson Education Limited, hlm. 176–179.
- Kotler, P and Kevine Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 14th edn. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, D. (2022). Strategi pemasaran digital pada coffee shop berbasis media sosial. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(2), 145–155.
- Laksmono, E. B., and R. H. Magnadi. 2019. “Analisis Pengaruh Promosi, Inovasi Produk, Dan Saluran Distribusi Terhadap Citra Merek Sepatu Olahraga Adidas Di Kota Semarang.” *Journal of Management* 8(3):60–73.
- Lubis, D. I. D., and R. Hidayat. 2017. “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan.” *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen* 5(1):15–24.
- Maulana, I. (2021). Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen UMKM kuliner. *Jurnal Riset Manajemen*, 10(2), 78–87.
- Mulyani, S. (2022). Persepsi harga dan kualitas terhadap minat beli konsumen produk minuman kopi. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 11(2), 130–139.
- Nana, Darna, Mulyatini Nurdiana, Setiawan Iwan, Budianto Apri, and Sukomo. 2023. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Nasution, M. F. R. 2014. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 14(2).
- Pratiwi, D., & Rahman, A. (2019). Minat beli konsumen sebagai variabel mediasi dalam pemasaran produk kuliner. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 60–69.
- Priansa, Doni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Cetakan 1. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Putra, A. R., & Wibowo, S. (2020). Perkembangan industri coffee shop dan perubahan gaya hidup masyarakat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 108–118.
- Putri, N. A., & Damayanti, R. (2021). Pengaruh promosi digital dan harga terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 89–98.
- Rahmawati, L., & Fauzi, A. (2021). Perkembangan usaha coffee shop di daerah kabupaten. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 5(1), 62–71.

- Ramadhan, F., Nugraha, A., & Lestari, M. (2021). Pengaruh endorsement influencer terhadap minat beli melalui media sosial. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 5(2), 85–94.
- Robbins, and Coulter. 2018. *Management 14th Edition*. Canada: Pearson.
- Samuel, H., and A. Lianto. 2014. *Analisis Minat Beli Konsumen*. Surabaya: Penerbit Andi.
- Santoso, B., & Haryanti, R. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 52–60.
- Sari, D. P., & Prihartono, A. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 40–50.
- Sari, M., & Widodo, T. (2021). Tren coffee shop dan perilaku konsumsi generasi muda di Jawa Barat. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6(2), 83–92.
- Sarinah, and Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Schiffman, L. G., and L. L. Kanuk. 2015. *Consumer Behavior (11th Ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Sholikah, Ahmad Mundzir, Nunik Y, Amelia Trisavinaningdiah, Tika Rista Djaya, Tri Endi Ardiansyah, Nining Purwaningsih, Stefani Irene Angmalisang, Sri Vandayuli Riorini, Eneng Wiliana, and Eko Sudarmonto. 2021. *Manajemen Pemasaran Saat Ini Dan Masa Depan*. Cetakan Pe. Cirebon: Insania.
- Sugiyono. 2017. *Kerangka Pemikiran*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, N. P., & Kurniawan, R. (2020). Peran influencer dalam strategi pemasaran digital. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 4(1), 70–79.
- Wahyuni, S., & Susanto, H. (2019). Citra merek dan kepercayaan konsumen dalam meningkatkan minat beli. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 44–53.
- Wicaksoni, A. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli.” Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Widjaja, A. W., and Y. Wiranta. 2017. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Wijaya, and Rifa'i. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen*. Medan: Perdana Publishing.