

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2003). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Atmaja, D. P., dan Adiwinata, M. F. (2012). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopitiam Oey Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia*, hal. 551-562.
- Bennion, M. & Scheule, B. (2004). *Introductory Foods (12th ed.)*. USA: Pearson prentice Hall.
- Boyd, Walker dan Larrece. (2000). *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Ferdinand, Agusty T.. (2002). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Press.
- Ghozali, I., 2004. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- https://www.kompasiana.com/inkegertruida/fenomena-menjamurnya-warung-kopi-di-indonesia_5808b767cf7a61af1bd9e94e, akses 29 April 2019.
- Katarika dan Syahputra. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 1 No. 2 September 2017.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Manampiring, Andrew F. (2016). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di PT. Astra International Tbk Malalayang. *Jurnal EMBA*, Vol.4 No.1 (Maret 2016), hal. 472-48.
- Soebakir, Lomanauw, dan Roring (2018). Pengaruh Brand, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli di Kedai Kopi Gudang Imaji Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 6, No.4 (September 2018), Hal. 3843 – 3852.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfa Beta.
- Suhari, Kamela, dan Rosha (2012). Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Cafe Coffee Toffee di Kota Padang. *E-junal.bunghatta.ac.id*.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tan, Erwin Rediono. (2011). Pengaruh Faktor Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Belanja di Alfamart Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan*, Vol. 5, No. 2 (Desember 2011), hal. 25-30.

Tjiptono, Fandy. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Watae, Worang, dan Soepeno. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Billy Samrat di Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 5 No. 3 (September 2017), Hal. 4245-4254.

Widyasari, Z., dan Fifilia, E. T. (2009). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi pada Perumahan Graha Estetika Semarang). *TEMA*, Vol 6, edisi 2 (September 2009), hal 159 - 169.

Wulansari dan Sudarwanto. (2016). Pengaruh *Cafe Atmosphere* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pos Shop Coffee Toffee Simpang. <https://jurnalmahasiswa.unessa.ac.id>.

www.bi.go.id.html, akses 10 Pebruari 2019.

