

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50 (2), 179-211.
- Alip, M. N., Murdiani, T., & Agustin, E. (2025). Menguak Efektivitas Social Media Marketing dan Konten Kreatif dalam Membangun Kesadaran Merek. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3), 1103-1116.
- Amirullah, A., Lumanauw, B., & Sumarauw, J. S. (2025). Pengaruh Brand Awareness Dan Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Di Sharingan Kopi Manado. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 24(10), 601-610.
- Antari, IGAN, Parwita, GBS, & Anggraini, NPN (2025). Analisis pengaruh pemasaran media sosial dalam meningkatkan kesadaran merek dan keterlibatan pelanggan pada keputusan pembelian di industri kedai kopi di Denpasar. *Jurnal Interdisipliner Ekonomi Syariah Indonesia (IJSE)* , 8 (2), 7387-7404.
- Ardiles, M. A., & Tambunan, D. B. (2025). Analysis Of Factors Determining Food Purchasing Decisions In Restaurant (Case Study at Marile Takoyaki Restaurant). *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 5(1), 122-132.
- Arianti, A., & Wulandari, S. (2022). Pengaruh Harga, Store Atmsosphere dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di Benu Coffee and Roastery Cabang Medan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi* , 9 (2), 152-164.
- Bahy, A. F. N., Haryanto, T., Rachmawati, E., & Endratno, H. (2025). *The Influence Of Electronic Word Of Mouth On Instagram, Brand Image, Lifestyle, And Product Quality On Purchase Decisions Of Fore Coffee In Purwokerto. International Journal Of Asian Business And Management*, 4(4), 857–880.
- Christianto, D. A. J., Listiana, E., Afifah, N., Juniwati, & Mayasari, E. (2024). *Social Media, Lifestyle Influence, Brand Awareness Mediate Fore Coffee Purchase Decisions. Journal Of Management Science (JMAS)*, 7(1), 175–187.
- Darangeng, A. R. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Melalui Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa Politeknik STIA Lan Makassar)= The Effect Of Lifestyle And Brand Image On Iphone Purchase Decision Through Purchasing Interest (A Case Study On The Students Of Polytechnic Stia Lan Of Makassar)* (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin).

- Dharmaitreya, N. W. A. M., & Suprapti, N. W. S. (2024). The Role of Brand Awareness in Mediating the Influence of Promotion Through Social media On Purchase Intention: Study on Coffee Shops “Sekopi” in Denpasar City. *International Journal of Management Research and Economics*, 2(4), 333-350.
- Doli, Y. I., Saragih, A. M., Wiana, D., Tarigan, J. S., & Sari, D. C. (2024). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Coffee Shop Makecents. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 2(4), 477-496.
- Fauziyah, A., & Nur, Y. (2023). Pengaruh Lifestyle, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Break Di Kota Makassar. *Nobel Management Review*, 4(1), 152-154.
- Fianov, R., & Wulansari, N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Forestthree Bukittinggi. *Fillgap in Management and Tourism*, 1(2), 120-126.
- Gili, T. J. C., & Pahlawan, P. N. M. (2026). The Effect Of *Brand Image*, Brand Trust, And Price On Purchase Decisions Of Starbucks Indonesia. *Indonesian Journal Of Economic & Management Sciences*, 4(2), 1153-1163.
- Giovani, RR, & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen* , 11 (1), 10-17.
- Hair Jr, Jf, Hult, Gtm, Ringle, Cm, Sarstedt, M., Danks, Np, & Ray, S. (2021). Pengantar Pemodelan Persamaan Struktural. Dalam *Pemodelan Persamaan Struktural Kuadrat Terkecil Parsial (Pls-Sem) Menggunakan R: Buku Kerja* (Hlm. 1-29). Cham: Springer International Publishing, 3-185
- Hasanah, T., Hestin, & Hardiyansyah. (2021). Effects of product quality and promotion on purchase decision: A case study of the Lanang Suhang soluble coffee in Lahat Regency. *International Journal of Scientific Research and Management*, 9(12), EM-2021, 2765-2775.
- Hasyim, A., Bahasoan, S., & Hidayat, I. (2024). Pengaruh persepsi harga dan varian menu terhadap keputusan pembelian pada triology coffee gowa. *Jurnal malomo: manajemen dan akuntansi*, 2(1), 1-15.
- Hertina, D., Novtrianti, N., & Sukmawati, S. (2022). Analisis tingkat keputusan pembelian berdasarkan citra merek, harga, dan pemasaran digital. *Jurnal Internasional Ekosistem & Strategi Bisnis (2687-2293)* , 4 (1), 87-94.

- Hidayat, MS, Abi Ramadhan, R., & Curatman, A. (2025). Pemasaran media sosial dan word of mouth elektronik di kedai kopi: Peran mediasi citra merek pada keputusan pembelian. *Jurnal Interdisipliner Ekonomi Syariah Indonesia (IJSE)* , 8 (1), 7967-7987.
- Hidayat, M. W., & Haryanti, I. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Sans Club Café. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(3), 578-587.
- Hidayat, PR, Ritonga, S., & Suharyanto, A. (2020). Strategi Pemasaran Brothers Café Dalam Membangun *Brand Image* Bagi Pengunjung Di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)* , 2 (1), 33-37.
- Ifanisari, D. P., & Muslih, B. (2024). Peran Social Media Marketing, *Brand Image*, Dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tell Kopi Kediri. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3, 594-604.
- Irawan, I. A. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kopi pada aplikasi online dimasa pandemi covid-19. *KELOLA: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 9-16.
- Irma, A. (2024). Determinasi Keputusan Pembelian melalui Kualitas Produk dan Strategi Promosi: Analisis Empiris pada Industri Coffee Shop di Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Bisnis & Keuangan*, 2(3), 219-233.
- Kamila, IR, Pudjoprastyono, H., & Azhar, RM (2024). Dampak Suasana Toko, Kualitas Layanan, Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian: Wawasan Dari Pasar Kedai Kopi (Studi Kasus Di Kedai Kopi Distrik Metropolitan Surabaya). *Jurnal Ekonomi Internasional (IJEC)* , 3 (2). 1376-1377.
- Khoirunnisa, D., & Albari, A. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Pengetahuan Produk Terhadap Niat Pembelian Dengan E-WOM Sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Internasional Penelitian Bisnis Dan Ilmu Sosial* , 12 (1), 80-89.
- Koesdiana, M., & Kristiawan, A. K. (2025). Peranan Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Mediasi Di Sejiwa Coffee. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(02), 95-111.
- Kusumaradya, N., Wagiman, & Purwadi, D. (2021, July). Service quality and brand image influence on the purchase decision of coffee shop products in Yogyakarta. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 828, No. 1, p. 012060). IOP Publishing.

- Kotler, P., & Keller, K. (2022). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Global, 16/E.
- Lathifah, M., Curatman, A., & Siddiq, D. M. (2026). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Gaya Hidup Yang Dimoderasi Oleh Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Coffee Shout Haurgeulis. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 7(3), 1984–1998.
- Lestari, T. (2022). *Pengaruh cafe atmosphere dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian generasi Z pada kedai kopi di Kota Pangkalpinang* (Doctoral dissertation, Universitas Bangka Belitung).
- Lukito, V. C. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Starbucks Coffee Karang Tengah (Km 13, 5). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1-12.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Di Kota Medan. *Journal Of Social Research*, 1(7), 694-707.
- Marfi, Y., Permata, A. W., & Setiowati, R. (2025). Peran pemasaran media sosial, gaya hidup, dan etnosentrisme konsumen dalam meningkatkan kesadaran merek dan niat membeli. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(6), 4358–4387.
- Marsudin, Lo, & Marbun, S. (2023). Pengaruh Top Of Mind, Brand Recall, Dan Brand Recognition Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Sayurbox Bali. *Jurnal Penelitian Manajemen (Jarma)*, 5 (1), 83-84.
- Meilani, J., & Wangdra, Y. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Pesona Coffee Batam. *Economics And Digital Business Review*, 5(1), 369-380.
- Nabila, M. S., Pratiwi, N. M. I., & Mulyati, A. (2024). Green Marketing, Brand Ambassador, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 10(2), 50-61.
- Nadhir, M., Kurniawan, P., & Jufri, A. (2025). Pengaruh *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Kopi Rusa Jantan). *Indonesia Economic Journal*, 1(2), 1088-1099.
- Nurchahyo, S. S. D., Putri, N. K., & Gultom, H. C. (2026). Pengaruh Social Media Marketing dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Awareness sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Brand Kugle Semarang).

- Palda, A. I., Iisnawati, I., & Yunita, D. (2024). Pengaruh Content Creation, Content Sharing, Connecting dan Community Building terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3D Stable Equestrian. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 100-112.
- Pratama, M. D., & Paludi, S. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Nirwana Coffee Space Bojonggede. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 17(3), 1149-1164.
- Prayetno, JA, Murdiani, T., & Paramitasari, N. (2026). Pemasaran Digital, Pemasaran Media Sosial, dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Industri Kedai Kopi.
- Pricilla, M. O., Ramadania, R., Juniwati, J., Heriyadi, H., & Pebrianti, W. (2025). Pengaruh Social Media Marketing Dan *Lifestyle* Terhadap Purchase Decision Dengan Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Tomoro Coffee. *Eco-Buss*, 8(1), 313-328.
- Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian. (2023). *Outlook Kopi: Komoditas Pertanian Subsektor Perkebunan*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 1-20.
- Ranti, T. M. (2025). The Impact Of Social Media Marketing (Smm) On Consumer Experience And Consumer Brand Engagement. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 6(2), 60-71.
- Rimbahari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. (2023). Pengaruh viral marketing dan social media marketing terhadap keputusan pembelian di platform TikTok. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 457-466.
- Rohandi, M. M. A., Assyofa, A. R., Fariska, P., & Hurriyati, R. (2026). Brand Image Mediation in Coffee Shop Consumer Decisions: Marketing Mix Effects in Indonesia. *International Journal of Marketing and Digital Creative*, 4(1).
- Sandra, C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pilon. *Emabi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 93-109.
- Santika, E. F. (2024). *Ini Gambaran Produksi, Ekspor, Konsumsi Kopi Indonesia hingga 2026*.
- Sari, E. N., Ichsanudin, I., & Soeprajitno, E. D. (2021, September). Analisis Cita Rasa Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Di Tell Kopi Kediri. In *Prosiding*

Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (Vol. 6, No. 1, pp. 90-96).

Satria, D., Listiana, E., Ahmadi, A., Barkah, B., & Fitriana, A. (2025). Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Kopi Toko Kami yang Dimediasi oleh Kesadaran Merek. *Jurnal Utama Penelitian Multidisiplin* , 1 (3), 111-120.

Septiani, F., & Rozikan, R. (2024). The effect of brand image and Islamic branding towards purchasing decision: The role of brand awareness as a mediation variable. *Telaah Bisnis*, 25(1), 1-14.

Silviah, S., Lutfianti, W. H., & Firmansyah, R. (2022). Analisis pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk online pada e-marketplace di Indonesia. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 7(6), 669–679

Simamora, S. M., Trisnawati, N., Herminda, H., & Muksin, A. (2026). Pengaruh Placement Out-Of-Home, Social Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Brand Awareness Pada Layanan PT Pegadaian. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 9(1), 50-59.

Sinaga, LN, & Wasiman, W. (2025). Pengaruh Brand Awareness, Persepsi Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wedrink di Kota Batam. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* , 5 (3), 1682-1696.

Sofia, S., Pala'biran, J., Wijastuti, R. D., & Jamil, A. (2024). Pengaruh keunikan produk dan potongan harga terhadap keputusan pembelian coffee. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 3(1), 1-8.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. *Alfabeta*, 1-444.

Supriyanto, NR, Ahmad, ARS, & Pratama, RA (2025, Desember). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Ud Sumber Rejeki Surabaya. Dalam *Seminar Nasional Dan Call For Paper 2025 Dengan Tema “Inovasi Inklusif Gender dalam Sociopreneurship” PSGESI LPPM UWP* (Vol. 12, No. 1, pp. 269-280).

Suryaningtiyas, N. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Konsumen Di Kopi Dari Hati Madiun)* (Doctoral Dissertation, Widya Mandala Surabaya Catholic University), 40-50.

- Timang, J., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Fellow Coffee pada mahasiswa FEB Unsrat. *Jurnal Emba*, 12(4), 391-402.
- Wardhana, A. (2024). Consumer Behavior in The Digital Era 4.0-Edisi Indonesia. *Jawa Tengah: Eureka Media Aksara*.
- Wulandari, L., Hastasari, R., & Setiawan, W. (2026). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee: The Influence of Brand Image and Product Quality on Fore Coffee Purchase Decision. *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 2(2), 505-513.