

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri, Manajemen Pemasaran, 2019, Jakarta: Rajagrafindo.
- Aditya dan Jatra. 2019. "Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Pengalaman Belanja Online, Dan Akses Informasi Terhadap Niat Beli Ulang ( Studi Pada Pembelian Online Sepatu Sepak Bola Merek Specs Di Kota Denpasar)". E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 4, ISSN: 2302-8912.
- Agung, Gita., Dkk, 2018. Analisis Persepsi Konsumen (Studi Kasus Pada *Molecular Mixology* Di Loewy Jakarta. *Tourism And Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol. 8, No, 1, 2018-13.
- Alma, Buchari, 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Ali,Hasan, 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta : Center for Academic Publising Servive.
- Aminatus Sholihah, 2020. Pengaruh Suasana Cafe Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Merdeka Cafe Nganjuk. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Vol 8, No 1, ISSN:2337-6078. Universitas Negeri Surabaya.
- Assegaf, Muhammad, 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Pernebangan P.T. Garuda di Semarang). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.10, Vol.2.Unisulla Semarang.
- Astuti Tri, 2015. Pengaruh Persepsi pada Keputusan Pembelian, Universitas Muhammadiyah Surakarta (Skripsi). hlm 39
- Asya Aulia, 2021. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan *Maku up* artist Pria Jurnal Tata Rias Vol 11 No 2 ISSN: P-2303-2391 Universitas Negeri Jakarta.
- Ayu Zainiyah, 2021. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Geist Vol 4 No 4 (2019) E-ISSN: 25274635 Jurnal Performa Universitas Ciputra.
- Badan Pusat Statistik (BPS) dari situs <http://www.bps.go.id/>, diakses pada tanggal 3 juni 2022 pada jam 00.30 WIT.
- Bimo Walgito. 2002. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Andi Offse. hlm 70-88

- Chirstian dan Ikasari, 2018. Generasi Z Dan Pemelihara Relasi Antar Generasi Dalam Persepektif Budaya Jawa. Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media Volume 2 Oktober 2020: 84-105 Universitas Tidar.
- Databox, 2021. "Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia *Databox Stories*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish>
- Effendi Diki, dkk, 2021. Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi, dan Kualitas Pasar Modern Terhadap Minat Beli Konsumen. Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 4, No 2, ISSN: 2654-8429, (2021) 188-197, Universitas Negeri Padang.
- Ganggi, 2018. Mempersiapkan Pustakawan *Multitasking* Untuk Melayani Pemustaka Generasi Z *e-journal* Universitas Dipenogoro Volume 2 (3): 2018, 299-305, ISSN: 2598-3040
- Ghozali, Imam, 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanuddin, 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 4 ,No.1. hlm. 54
- Hamdani dan Rambut Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta, 2009. hlm 96.
- Helam Malini, 2021. Gaya Konsumsi dan Perilaku Konsumen Generasi Z di Warung Kopi, Prosiding Seminar Nasional SATIESP 2021 No.ISBN: 978-602-53460-8-8. Universitas Tanjungpura Indonesia. hlm. 34
- Jamaludin, 2020. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Ulang Produk Kuota Im3 Ooredoo Di Kota Banjarmasin. At – Tadbir Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol. 4, No. 1, ISSN: 2502-7433 (2020) 69 – 80.
- Kanuk, Schiffman. 2007. Perilaku Konsumen. Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Armstrong. 2008. Dasar-dasar Pemasaran Jakarta: Indeks Gramedia

- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga  
hlm. 126-177
- Muhammad, Adam, 2015. Manajemen Pemasaran Jasa. PT. Alfabeta Bandung.
- Nielsen, 2016. "Gen: Z Konsumen Potensial Masa Depan" *Nielsen Insight*.  
<https://www.nielsen.com/id/en/press-releases> (penelitian online).
- Nisa, Frasa dan Kusuma., 2016. "Faktor Dominan yang Mempengaruhi Kebiasaan di Kafe: Motivasi dan Preferensi Gender". Prosiding Temu Ilmiah. Hlm. 27-38
- Notoatmodjo, S .2005. Promosi Kesehatan teori dan aplikasinya. Jakarta: Rineka Cipta. Hlm 56
- Putra, Felix, 2019. "Karakteristik Generasi Z di Yogyakarta" Tahun 2019 Universitas Yogyakarta. (Skripsi)
- Putry, Desty., and Deliana Yosini., 2019. *The Differences Of Generation Z Consumer Preferences Among Big Coffee Shop And Small Coffee Shop In Coblong, Bandung City*. Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, Vol. 6, No. 1.
- Premelani, 2020. "Faktor Ketertarikan Minuman Kopi Terhadap Minat Beli Konsumen" Jurnal Ilmiah Manajemen Volume 15, No 1, ISSN: 2685-6654 (2020) hlm. 121-129. s
- Refni Helfraika, 2021. "*The Consumer Perception Analysis Of The Marketing Mix In Paleo Paleo Cake Products Tanjung Pinang City*" Vol 3 No 2 (2021): Jurnal of Animal Center (JAC) hlmn 78-92.
- Safitri, Anggriani dan Noviantoro. 2021. *The Influence of Brand Image and Quality Perception on Acer Laptop Purchase Decisions at Sinar Karya Computer Manna, South Bengkulu Regency*. Jurnal Emba Review, Vol. 1 No. 2 ISSN: 2798-3951. Hlm. 71
- Sanawari, dan Adroni., 2019. Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kepuasan Pengguna Terhadap Pemakaian M-Wallet. Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia (JSMBI). Vol. 9 No 2. Hlm 168.
- Sembiring, Suharyono, dan Kusumawati. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 15 No 1 Oktober 2014.

- Sianipar, L Shanty. 2009. 'Perubahan Perilaku Konsumen Masyarakat Amerika Serikat di Suburbs Pasca Perang Dunia 2 – 1950-an'. Universitas Indonesia Jakarta. (Skripsi)
- Slameto, 2010. Belajar & Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta:Rineka Cipta. Hlm 103-105
- Sugiyono, 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, 2011. "Perilaku konsumen: teori dan penerapannya dalam pemasaran". Bogor: Ghalia Indonesia, hlm. 147-156
- Stanton, William. J dan Y. Lamarto. 1996. Prinsip Pemasaran. Edisi 7. Erlangga. Jakarta. hlm. 222
- Sunaryo. 2004. Psikologi Untuk Pendidikan. Jakarta: EGC. hlm 98.
- Suryani, dan Kristiyani. 2021. "Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffee Shop Di Kota Salatiga"
- Sukiman, 2017. "Peningkatan Atmosfer Belajar Siswa Generasi Digital Native Melalui Pembelajaran Berbasis Game". Seminar Nasional (The Second Progressive and Fun Education Seminar). ISBN: 978-602-361-102-7 Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Suyetty, Gita Kurniawan. 2006. *Bekerjasama dengan Kolega dan Pelanggan*. Bogor: Yudhistira.
- Sopini Pupu, 2018. Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan di My Beauty Spa Jambi. Jurnal Manajemen dan Sains (JMAS) Vol.3 No.1 Universitas Batanghari Kota Jambi
- Swasta Basu, dan T Hani Handoko., 2000. Manajemen Pemasaran: Analisa Dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPF. Persada, hlm.171.
- Tanjung Agustini, 2020. Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen Pelita Bangsa Vol. 05 NO. 03. Universitas Pelita Bangsa
- Tjiptono, 2007. Strategi Pemasaran. Edisi 2, Andi: Yogyakarta, hlm.69
- Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, edisi. 3, Yogyakarta. Andi, hlm. 152
- Tjiptono and Diana, 2016, Pemasaran Esensi & Aplikasi, Yogyakarta: C.V Andi Offset, hlm.39

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.LN.No.42  
TLN 3821

Wijaya, Irwan, 2009. Perilaku Organisasi. PT. Sinar Baru Algensindo. Bandung

Yasin, S Gavriila, 2019. Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Generasi X dan  
Generasi Y Terhadap Kualitas Lingkungan Fisik di Kafe Petrichor Surabaya  
(Skripsi)