

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiguna, D. (2019). *Pengaruh Lokasi Dan Bauran Promosi Terhadap Minat Pengunjung: Kasus Pantai Muara Beting Dan Hutan Mangrove Muara Gembong Bekasi.*
- Albari, A. (2002). Mengenal Perilaku Konsumen Melalui Penelitian Motivasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 1(7), 65–79.  
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol1.iss7.art4>
- Ariyanto, M., & Pratiwi, W. (2019). *ANALISIS STORE ATMOSPHERE DALAM MINAT BELI KONSUMEN GUNA MENINGKATKAN PENDAPATAN.*
- Asiati, D. (2013). Pengaruh Sumber Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah Cabang Palembang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 1–12.
- Aswata. (2020). *AMBIL HATI PELANGGAN DENGAN 4 CARA MENANGANI KELUHAN DENGAN BAIK.* Aswata.Co.Id.  
<https://www.aswata.co.id/id/berita/info-tips/675-ambil-hati-pelanggan-dengan-4-cara-menangani-keluhan-dengan-baik>
- Azanella, L. A. (2020). *Kenapa Manusia Suka Mengikuti Tren? Ini Penjelasan Secara Psikologi.* Kompas.Com.  
<https://www.kompas.com/tren/read/2020/07/04/121300065/kenapa-manusia-suka-mengikuti-tren-ini-penjelasan-secara-psikologi?page=all>
- Cholby, C. N. (2022). *Decision Fatigue, Kondisi Lelah Untuk Mengambil Keputusan.* Awanapps.Com.  
<https://www.awanapps.com/startups/decision-fatigue-kondisi-lelah->

Untuk-Mengambil-Keputusan/

Christianoko. (2020). *Pengaruh Kebutuhan Akan Prestasi Dan Kebutuhan Aktualisasi Diri Terhadap Kinerja*.

Dindi, Y. R. A. (2020). *5 Perbedaan Cewek Dan Cowok Ketika Nongkrong*. Hipwee.Com. <https://www.hipwee.com/list/5-perbedaan-cewek-dan-cowok-ketika-nongkrong-kamu-kaya-gini-juga-nggak/>

Dr. Raeni Dwi Santy., SE., M. S., & Refi Mayasari Buhari. S.Pd., S. . (2018). *PENGARUH STRATEGI PROMOSI MIDNIGHT SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey Pada Mall-Mall Besar Di Kota Bandung)*.

Fauzi, A., Punia, I. N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya Nongkrong Anak Muda Di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, 3(5), 1–3. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/sorot/article/view/29665>

Firmansyah, D. M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*.

Fitrayanti, V., & Purwanto, P. (2020). The Influence Of Personal And Psychological Factors Toward Consumer Purchase Decision (Case Study: PETERSAYSDENIM, Bandung). *Journal Of Management And Leadership*, 3(2), 26–38. <https://doi.org/10.47970/jml.v3i2.182>

Gidion, A. (2021). *PEMASARAN JASA*. 1–159.

Gumelar, K. T., Waluyo, H. D., & Suryoko, S. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, VARIASI MENU, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Diponegoro Journal Of Social And Political*

*Science*, 1(1), 1–8.

Hair, J. F. H., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Sage* (Second Edi).

Handayani, T., Tanjung, Y., & Indonesia, U. K. (2017). *Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Proses Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Batik Komar Di Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia*. VII(1).

Hanim, A. (2020). *5 Alasan Kenapa Seseorang Yang Bahagia Justru Gak Butuh Pengakuan Orang*. IDN Times. <https://www.idntimes.com/life/inspiration/afifah-hanim/alasan-orang-bahagia-gak-perlu-pengakuan-c1c2>

Harmony. (2021). *5 Manfaat Analisis Kebutuhan Konsumen Dalam Bisnis Anda*. Harmony.Co.Id. <https://www.harmony.co.id/blog/5-manfaat-analisis-kebutuhan-konsumen-dalam-bisnis-anda>

Hawkins, & Mothersbaugh. (2013). *Consumer Behaviour* (12th Editi). Mcgraw - Hill Education.

Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt*, 13(1), 188–204.

Jannah, M. (2016). *PENGARUH PERILAKU TENAGA PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN* (Vol. 3, Issue 2). <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355><http://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731><http://www.>

Abergo.Org.Br/Revista/Index.Php/Ae/Article/View/269%0Ahttp://Www.Ab  
ergo.Org.Br/Revista/Index.Php/Ae/Article/View/106

Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, ISSN : 2461-0593*, 5(3), 1–24.

Khafidin. (2020). Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Derivatif*, 10(1), 1–15.  
[Http://Eprints.Umsida.Ac.Id/6801/](http://Eprints.Umsida.Ac.Id/6801/)

Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mile, P. 192). Prehallindo.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12, Pp. 177–179). Erlangga.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (Edisi 3). Prehallindo.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Marketing Management. In *Erlangga* (P. 177).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasran* (Edisi 13). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi, P. 196). Pearson Education Limited.

Lalamove. (2020). *Kenapa Konsumen Tidak Membeli Produkmu? 8 Hal Ini Bisa Jadi Alasannya!* Lalamove.Com.  
[Https://Www.Lalamove.Com/Indonesia/Jakarta/Id/Blog/Kenapa-Konsumen-Tidak-Membeli-Produk](https://Www.Lalamove.Com/Indonesia/Jakarta/Id/Blog/Kenapa-Konsumen-Tidak-Membeli-Produk)

Lustono, & Laila Cahyani, F. (2020). Pengaruh Media Promosi Digital Atau Online Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanjadolo Online Shop Di Kecamatan Banjarnegara. *Jurnal Medikonis STIE Tamansiswa*

- Banjarnegara*, 20, 11–24. <https://Tambara.E-Journal.Id/Medikonis/Article/Download/18/13/>
- Mamnun, T. (2015). *Buat Konsumen Merekomendasikan Produk Anda Dengan Cara Ini*. Maxmanroe.Com. <https://Www.Maxmanroe.Com/Buat-Konsumen-Merekomendasikan-Produk-Anda-Dengan-Cara-Ini.Html>
- Mandey, S. L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal 6*.
- Maria, R. W., Tuti, H., & Yusuf, M. (2015). Hubungan Antara Kebutuhan Aktualisasi Diri Dengan Stres Kerja Pada Perawat Wanita Berperan Ganda Di RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro Klaten. *Jurnal Wacana*, 7(1), 2015.
- Marliadi, & Anggriani, I. (2015). Hubungan Pelayanan Dengan Keputusan Menggunakan Jasa Pt. Anugrah Quba Mandiri Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 148–159. <https://Doi.Org/10.37676/Ekombis.V3i2.142>
- Maslow, A. (1994). *Motivasi Dan Kepribadian: Teori Motivasi Dengan Pendekatan Hierarki Kebutuhan Manusia*.
- Nareza, M. (2021). *Memahami Aktualisasi Diri Dan Karakter Orang Yang Telah Mencapainya*. Alodokter. <https://Www.Alodokter.Com/Memahami-Aktualisasi-Diri-Dan-Karakter-Orang-Yang-Telah-Mencapainya>
- Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., & Winanti, M. B. (2020). *Metode Penelitian Dalam Implementasi Ragam Analisis* (R. I. Utami (Ed.)). Penerbit Andi.
- News, K. (2020). *Alasan Mengapa Kita Gemar Ikut-Ikutan Orang Banyak*.

<https://www.kweeksnews.com/posts/alasan-mengapa-kita-gemar-ikut-ikutan-orang-banyak>

Nugraehi, W. N. A. (2003). *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal*.

Omnichannel. (2020). *6 Masalah Yang Sering Terjadi Pada Layanan Pelanggan*.  
Lintasmediadanawa.Com. <https://lintasmediadanawa.com/berita/6-masalah-yang-sering-terjadi-pada-layanan-pelanggan/>

Partipost. (2020). *Seberapa Penting Rekomendasi Dalam Strategi Marketing*.  
Partipost.Com. <https://partipost.com/id/2020/07/16/seberapa-penting-rekomendasi-dalam-strategi-marketing/>

Prasetijo, & Ihalauw. (2005). *Perilaku Konsumen* (Edisi Ke-1). Andi Offset.

Putri, S. A., & Hidayah, K. N. (2022). *Nongkrong Jadi Budaya Mahasiswa: Ada Positif Dan Negatif*.  
Pabelan-Online.Com. <https://pabelan-online.com/2022/06/10/nongkrong-jadi-budaya-mahasiswa-ada-positif-dan-negatif/>

Ramadhan, B. (2020). *Alasan-Alasan Mengapa Konsumen Tidak Peduli Dengan Produkmu*.  
Teknoia.Com. <https://teknioa.com/alasan-alasan-mengapa-konsumen-tidak-peduli-dengan-produkmu-c036639ba425>

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Management* (10th Editi).

Salendra. (2014). COFFEE SHOP AS A MEDIA FOR SELF-ACTUALIZATION TODAY'S YOUTH. *The Messenger*, VI, 50.

Schiffman, L. ., & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (P. 289). Ghalia Indonesia.

Sholeh, A. (2017). The Relationship Among Hedonistic Lifestyle, Life Satisfaction,

- And Happiness On College Students. *International Journal Of Social Science And Humanity*, 7(9), 604–607. <https://doi.org/10.18178/Ijssh.2017.7.9.892>
- Sinaga, D. (2018). *Budaya Nongkrong Membuat Remaja Lupa Segalanya?* CNN Indonesia. [Cnnindonesia.Com/Edukasi/20180111140119-445-268145/Budaya-Nongkrong-Membuat-Remaja-Lupa-Segalanya](https://cnnindonesia.com/edukasi/20180111140119-445-268145/Budaya-Nongkrong-Membuat-Remaja-Lupa-Segalanya)
- Sinaga, N., Zuriyati, Z., & Attas, S. G. (2018). Aktualisasi Diri Tokoh Utama Novel Balada Si Roy Karya Gol A Gong. *Kandai*, 14(1), 45. <https://doi.org/10.26499/Jk.V14i1.644>
- Sirclo. (2020). *Pelanggan Ragu Belanja Produkmu? Yakinkan Dengan 7 Cara Ini!* Sirclo.Com. <https://www.sirclo.com/blog/pelanggan-ragu-belanja-produkmu-yakinkan-dengan-7-cara-ini/>
- Soewartini, S., Sumarwan, U., Sukandar, D., & Yusuf, E. Z. (2019). *The Relationship Model Of Personality, Self-Concept, And Lifestyle On Soft Drink Consumption*. 19(5), 269–279.
- Subawa, N. S., Widhiasthini, N. W., Pika, P. A. T. P., Suryawati, P. I., & Astawa, I. N. D. (2020). GENERATION Z BEHAVIOR AND LOW PRICE PRODUCTS IN THE ERA OF DISRUPTION. *International Journal Of Social Sciences And Management Review*, 03(June), 1–12.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif (Cet.1)*. ALFABETA, CV.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Meodologo Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. PUSTAKABARUPRESS.
- Suprayogo, P. D. H. I. (2013). *Kebutuhan Terhadap Pengakuan Orang Lain*. <https://uin-malang.ac.id/R/131101/Kebutuhan-Terhadap-Pengakuan->

Orang-Lain.Html

Tim Kontan. (2021). *Ternyata Ini Alasan Anak Milenial Suka*. Kontan.Co.Id.

<https://lifestyle.kontan.co.id/news/ternyata-ini-alasan-anak-milenial-suka-nongkrong-di-cafe>

Widarti, P. (2019). *Pertumbuhan Kafe Berbasis Kopi Jatim Mencapai 18 Persen Setahun*. Suara Bisnis.Com.

Widiyanti, D., & Harti, H. (2021). Pengaruh Self-Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Kekinian Pada Generasi Milenial Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 50–60.  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.50-60>

Wijaya, D. N. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Starbucks, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 68–74.

Yulianti, Y., & Deliana, Y. (2018). Gaya Hidup Kaitannya Dengan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Minuman Kopi. *Jurnal AGRISEP*, 17(1), 39–50.  
<https://doi.org/10.31186/jagrisep.17.1.39-50>