

DAFTAR PUSTAKA

- Ching, F. D. K. (2012). *Interior Design Illustrated*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 240-249.
- Heryanto, H., & Suryani, T. (2018). Analisis Pengaruh Ambience terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Berkunjung Kembali pada Kafe di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 25-32.
- Kotler, P. (1973). Atmospherics as a Marketing Tool. *Journal of Retailing*, 49(4), 48-64.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kusuma, A. P., & Idrus, S. (2020). Pengaruh Desain Interior 'Instagrammable' terhadap Minat Beli Generasi Z: Studi pada Warung Kopi di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 156-170.
- Pramudita, Y. A., & Hidayat, T. (2019). Pengaruh Desain Interior terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kafe: Studi Kasus pada Kafe di Kota Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 97-108.
- Pratiwi, N. P. D. A., & Susilo, H. (2020). Analisis Preferensi Generasi Z dalam Memilih Warung Kopi di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 9(4), 1531-1550.
- Putra, A. H. P. K., & Santoso, B. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Warung Kopi di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 21-35.
- Rahayu, S., & Putra, G. B. (2021). Preferensi Generasi Z terhadap Ambience Warung Kopi: Studi Kasus di Yogyakarta. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 4(1), 67-82.

- Rahmawati, L., & Suryani, T. (2021). Pengaruh Desain Interior dan Suasana terhadap Durasi Kunjungan dan Frekuensi Pembelian Ulang Generasi Z di Warung Kopi Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 512-526.
- Rosenbaum, M. S., & Massiah, C. (2011). An expanded servicescape perspective. *Journal of Service Management*, 22(4), 471-490.
- Ryu, K., & Han, H. (2010). Influence of the Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurants: Moderating Role of Perceived Price. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(3), 310-329.
- Santosa, I. (2015). Desain Interior Warung Kopi sebagai Sarana Interaksi Sosial Masyarakat Modern. *Jurnal Dimensi Interior*, 13(2), 98-106.
- Sari, H., & Amalia, R. (2019). Perilaku Konsumsi Generasi Z dan Dampaknya terhadap Strategi Pemasaran Cafe di Kota Bogor. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 195-204.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw-Hill.
- Wibowo, S. F., & Setyani, D. (2020). Hubungan antara Ambience dan Brand Image Warung Kopi terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31-42.
- Wibowo, S. F., Sari, E. P., & Saidani, B. (2020). The Effect of Social Media Marketing Activities on Purchase Intention: A Study on Coffee Shop Consumers in Jakarta. *The International Journal of Social Sciences World*, 2(2), 127-138.