

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiolan, L. B. (2016). Pengaruh Promosi, Harga dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GP (Study Empiris pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal). *Journal Of Management, Vol. 2, No. 2* .
- Amelia Wuntu, C. R. (2019). Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya* .
- Apriliyanto, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Cekopi Mendungan Kartasura. *Publikasi Ilmiah* .
- Berman, Berry, Joel, R., Evans, & Chatterjee, P. (2018). *Retail Managemant A Strategic Approach, Edisi 13, Global Edition*. UK: Pearson.
- Bulan, T. P. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Keuangan Vol. 5 No. 2* .
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques Third Edition*. America: A John Wily & Sons, Inc.
- Cooper, & Schindler. (2014). *Bussiness Research Method*. New York: McGraw-Hill.
- Damayanti, R. H. (2021). *Peran Harga Sebagai Variabel Mediasi dalam Hubungan Antara Kualitas Produk, Promosi, dengan Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pt.Indosat Tbk)*. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung.
- Dewi, K. C. (2017). *Pengaruh Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris di PT. Astra Internasional TBK Waru*. Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
- Drummond, L. K. (2010). *Nutrition for Foodservice and Culinary Professional's, Seventh Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Ferdinand. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Ghozali, Imam. (2014) . *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- . (2012) . *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Gomes, F. C. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing. United States : McGraw Hill*. United States: McCraw Hill.
- Hadi, S. N., & Al- Farisi, S. (2016). Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Halal, dan Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur (Studi Kasus Pada UD Bina Makmur Pacitan, Jawa Timur). *Jurnal Ekonomi Islam Vol. 15* , 131- 142.
- ICO. (2021). *Coffe Development Report*. <https://www.internationalcoffeecouncil.com/cdr2021>
- Istiyanto, B. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rental Mobil di Surakarta. *GEMA 49* .
- Kasali, R. (2010). *Change*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Katarika, D. M., & Syahputra. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian pada Coffe Shop di Bandung. *Ecodemica Vol. 1 No. 2* , 162-171.
- Kottler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta : Edisi 12 Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid I. 13 ed*. Jakarta: Erlangga.
- Levy, & Weitz. (2014). *Retailing Management*. Boston: Mc. Graw Hill.
- Lubiana, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 58 No. 1* .
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Fakultas Ekonomi Dan Binis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara* , 165-173.

- Ningsih, S. N. (2021). *Peran Harga Sebagai Variabel Mediasi dalam Hubungan Antara Kualitas Produk, Promosi, dengan Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pt.Indosat Tbk)*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Oakley, A. (2015). *Sex, Gender and Society*. London: Tample Smith.
- Purwandani, M., & Widodo, A. (2022). Price as an Intervening Variable in the Effect of Brand Image on Purchasing Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 9, No.2* , 350-356.
- Rahayu, B. S., & Saputra, O. A. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Throox Store Solo. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol. 6 No. 1* , 55-64.
- Ramadani, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Handphone. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Maarif Hasyim Latif Vol. 1 No. 2, ISSN: 2622-6367* , 36-46.
- Ratela, G. D., & Taroreh, R. (2016). Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopi Coffee Island. *Jurnal EMBA Vol. 4 No. 1* , 460-471.
- Rifa'i, M., Elisa, K. S., & Novitawati, R. A. (2020). Produk dan Lokasi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Konsumen Pasar Tradisional. *Jurnal Sains Sosio Humaniora Vol. 4 No. 2* , 386-400.
- Robbins, P. S. (2006). *Perilaku Organisasi. Edisi Sepuluh. Diterjemahkan oleh: Drs. Benyamin Molan*. Jakarta: Erlangga.
- Romansyah, I. (2016). *Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparasi pada Yussy Akmal Dan Shereen Cake's and Bread)*. Lampung: Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Institut Agama Islam Negeri Raden Intan.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sari, E. N., Ichsanudin, & Soeprajitno, E. D. (2020). Analisis Cita Rasa Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Di Tell Kopi Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri (hal. 90-96)*. Kediri: SENMEA.

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2013). *Perilaku Konsumen, Alih Bahasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Shaharudin *et al.* (2011). Food Quality Attributes among Malaysia's Food Customer. *International Bussines Management, Vol. 2, No. 1* , 198-208.
- Shinta. (2011). *Manajemen pemasaran*. Malang: UB Press.
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- .(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Cetakan Keduapuluh Lima*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Swasta, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syah, M. (2002). *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tresnanda, D. A. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Survei pada Konsumen Perumahan BluKid Residence Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 8 (1)* .
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Walukow, A., Mananeke, L., & Sepang. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA* , 1737-1749.
- Widodo, T. (2015). Pengaruh Labelisai Halal dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol. 2 No. 1* , 67-84.
- Yuliati, Y., & Deliana, Y. (2018). Gaya Hidup Kaitannya dengan keputusan Konsumen dalam Membeli Minuman Kopi. *AGRISEP Vol. 17 No. 1* , 39-50.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). "Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Inovbiz J. Inov. Bisnis, Vol. 4, no. 2*.