

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., dan Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS: Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Andi.
- Abzari, M., Ghassemi, R. A., dan Vosta, L. N. 2014. *Analysing the Effect of SocialMedia on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 143, 822–826.
- Amzad S., Hamdan., dan Indra R., 2024. *Home Purchase Decisions: An Analysis of Location, Promotion, and Price of Housing in Indonesia*. *Dinasti International Journal of Management Science (DJMS)*. Jakarta.
- Anang S., Abdul R., dan Bongsu S., 2020. *The Effect of Location and Price on Customer Statisfaction through Buying Decisions on PT. Adhi Persada Property*. *East African Scholars Journal of Economics, Bussines and Management*. Jakarta.
- Andi. 2014. *Analysing the Effect of SocialMedia on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 143, 822–826.
- Andini, I. 2017. *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma*. Depok.
- Anrian dan Komariah, 2023. *The Effect of Location, Personal Selling and Price Perception on Customer Purchasing Decision in Property Company, North Bekasi District*. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*. Vol.2, No.6. Jakarta.
- Anto M.B. Hendri. 2003 *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta.
- Asnawi, H. Nur., dan Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Universitas Islam Negeri Maliki Press.
- Bilson, S. 2011. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, B. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Prenadamedia.

- Chin, W. W. 1998. *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. Modern Methods for Business Research.*
- Dani., S., Hari., S dan Shendang., N. 2014. *The Effect of Product Design, Price and Location Toward Purchase Decision. Diponegoro Journal of Social and Politic.* Semarang.
- Dash, G., dan Paul, J. 2021. *CB-SEM vs PLS-SEM Methods for Research in Social Sciences and Technology Forecasting. Technological Forecasting and Social Change.*
- Devon., D., David., H., dan Traci., H. 2005. *The Effect of Sales Promotion on Post-Promotion Brand Preference: A Meta-Analysis. Journal of Retailing.* Oxford.
- Lestari D. S, Augustinah F, Listyawati L dan Kasmawati, 2023. *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bukit Amaish Café Dan Resto Di Parepare Sulawesi Selatan, JIABI – Vol. 7 No. 2. Tahun 2023*
- Wado C, J. A. F. Kalangi dan Danny D. S. M, 2023. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Kafe Kopi Billy di Jl. Sam Ratulangi Kota Manado.* Productivity, Vol. 4 No. 5, 2023 e-ISSN. 2723-0112
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369.
- Yusra I dan Nanda R 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'Poll Di Kota Padang. *Jurnal Pundi, Vol. 03, No. 03.*
- Dewi dan Hartini, 2020. Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Mie Korea. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol 2, No.1. Karawang
- Musriha. 2012. *Effect of Servicescape and Employee Communication Quality on Customer Loyalty of Mandiri Bank in Surabaya. Academic Research International.*
- Durianto, D. 2013. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek.* Gramedia Pustaka Utama

- Elizabeth, 2020. *The Influence of Location on Purchase Decision at Pakubuwono Apartements in South Jakarta. HUMANIS (Humanities, Management, and Science Proceedings)*. Banten.
- Tjiptono F, 2008. Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Fornell, C., dan Larcker, D. F. 1981. *Evaluating Structural Equatuion Models with Unobservable Variables and Measurement Error*. Journal Of Marketing.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., dan Brewer, P. C. 2018. *Managerial Accounting: Concepts and Applications for Planning, Control, and Decision Making*. McGraw-Hill Education.
- Ghozali, I., dan Latan, H. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Universitas Diponegoro.
- Hair, J. 2011. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) An Emerging Tool In Business Research*. European Business Review.
- Handoko, T Hani. 2000. Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi 1. Yogyakarta: BPPE
- Hari, Y. 2021. *The Effect of Price Variables, Location Variables, and Promotion Variables on Customer Decisione to Purchase Housing. International Journal of Seocology*.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., dan Rajan, M. 2015. *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*. Pearson.
- Kurniawan, Fitri B. 2019 Analisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk, Terhadap Kepuasan Konsumen, Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Tahu Khas Kemitir (Mas Surya). Other thesis, Universitas Putra Bangsa.
- Zahro F, Ruspitasari D.W dan HandokoY. 2023. Pengaruh Harga, Lokasi, Variasi Produk Dan Promosi Whatsapp Terhadap Keputusan Pembelian Konsumenpada Kedai Kopitwenty-Two Buduran Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen, Volume 1, Nomor 2, November Tahun:2023* 583-597.
- Muzaki H dan Rizqiyah N. 2021. Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Industri Villatas Jaya Nusawungu). *AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Vol. 4 No. 2 (2021) e-issn, 2620-6099, p-issn, 2620-7680*

- Widarto., R. dan Sudarmin., P., 2018. *Analysis of Product Quality, Promotion, and Price, and Purchase Decision. South East Asia Journal of Contemporary Bussiness, Economics and Law.*
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani, Jakarta: Salemba Empat.
- Gemi Nestiti, N. Yusuf N dan Resdati. (2022). Budaya Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup the Leisure Class Pada Generasi Z Di Coffee Shop Ugoku.Co Dan Titik Kumpul Coffee Brewers Kecamatan Sekupang Kota Batam. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(10), 2599–2608.
- Mankiw, N. G. 2018. *Principles of Microeconomics. Cengage Learning.*
- Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Edisi ke Empat*. Yogyakarta: CV Andy Offset.
- Sari, D. R., dan Hartini, S. (2020). Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea (Survei pada Pengunjung Kedai Mie Korea). *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 31–42.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Rdan D*. Penerbit Alfabeta.
- Yusra, I., dan Nanda, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N’Poll Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 161. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.173>
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling*. universitas diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling dengan Partial Least Squares*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- N. P. R. D. Putri dan N. Y. Yulianthini, 2023. Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Panamena Coffee dan Eater. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5 No. 2, Bulan Agustus Tahun 2023 P-ISSN: 2685-5526

- Nadia I., dan Raja., T., P. 2018. *The Influence of Price and Location Againsts The Decision of Buying A Home in PT Wiratama Group Unit Grand Mansion Johor Medan. The 11thInternational Workshop and Conference of Asean Studies in Linguistics, Islamic and Arabic Education, Social Sciences and Educational Technology 2018*. Medan.
- Noro., F., P., dan Arifin., S., 2019. *Effect of service Quality and Promotion on Purchase Decisions and Their Implications on Customer. International Journal of Engineering Technologies and Management Research*. Jakarta.
- Sari, N. 2018. *Analisis Faktor-faktor yang Menentukan Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi pada Online Shop*, Universitas Sumatera Utara,
- Pearce, D. W., dan Turner, R. K. 1990. *Economics of Natural Resources and the Environment. Harvester Wheatsheaf*.
- Rahmawati, D., Novianti, E., dan Yutikasari. 2022. *Pengalaman Komunikasi Pelanggan Pabrik Upnormal Coffe Roastery Bandung. KABERA: Jurnal Ilmu Komunikasi, 11(1)*. Jawa Barat.
- Sadono, S. 2012. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Setiaji, W. 2016. *Analisis Pengaruh Harga, Desain Dan Limited Edition Produk T-Shirt Terhadap Minat Beli*.
- Dwi Kasita S, Aqil M, Sibgatullah M dan Adra S, 2024. Analisis Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Nirwana di Kabupaten Mamuju. *JBMA: Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi Vol.XI No.2 September 2024 ISSN: 2252-5483, E-ISSN:2715-8594*
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Rdan D*. Alfabeta.
- Susanto Ari, (2019). Pengaruh Merek, Desain Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Persebaya Store Gresik. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*. Gresik.
- Tietenberg, T., dan Lewis, L. 2016. *Environmental and Natural Resource Economics*. Routledge.
- Tsitsi, 2013 *The Adoption of Social Media Marketing in South African Banks, European Business Review*. Vol. 25 No. 4.

- Winarni dan Rohmah, N. 2022. Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Hotel Elmi Surabaya. *Yos Soedarso Economics Journal (YEJ)*.
- Yuliana, S., dan Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Abstrak. *SEIKO: Journal of Management dan Business*, 5(c), 559–573.