

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, L., Soebiantoro, U., & Majid, N. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Social Media Influencer dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Maybelline Superstay Vinyl Ink pada Mahasiswa UPN Veteran Jatim. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(10), 6159-6170. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.2796>
- Yahya, L., Ulfa, R., Amalia, R., & Nisa, M. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Mahasiswa Terhadap Pembelian Produk UMKM. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 224-232. <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.622>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 99–108. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arniti, N. K., Purwaningsih, N. K. A., Ni Wayan Lasmi, Prawitasari, P. P., & Maheswari, A. A. I. A. (2025). Bawang Serangan Denpasar. 4(6), 3526–3536. Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (n.d.). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. 2(2), 204–219.
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jbma*, V(1), 61–75.
- Carrasco, J. L. (2010). Structural Equation Model. *Encyclopedia of Biopharmaceutical Statistics*, 8(3), 1300–1305. <https://doi.org/10.3109/9781439822463.209>

- Devi, A. C. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E- Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. 1(5), 113–123.
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinel, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 78–82. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18046>
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>
- Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado The Influence of Product Quality, Price And Quality of Service to Customer Satisfaction at PT . Air manado. 6(3), 1658–1667.
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>
- Gramanda, M., & Malisan, P. (2021). Trend Ngopi Sebagai Gaya Hidup Baru Di Kalangan Kaum Muda Di Coffee Shop Aksara Kopi Dan Buku Samarinda. *EJournal Sosiatri-Sosiologi*, 2021(2), 122–136. [https://ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2021/05/Margreth Gramanda Parinding Malisan \(05-21-21-05-38-52\).pdf](https://ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2021/05/Margreth_Gramanda_Parinding_Malisan_(05-21-21-05-38-52).pdf)
- Gultom, N. C., & Tamengkel, L. F. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Ingat Kopi Kota Sorong. 3(4).
- Haryanto, A., Maulana, I., Latief, M., & Nuansaandjie, A. (2023). Trend Coffee Shop di Depok dan Strategi Dalam Bertahan di Tengah Banyaknya Coffee Shop di Depok. *OKTAL: Jurnal Ilmu Komputer Dan Science*, 2(6), 1616–1620.
- Hasan, M. F., & Wibowo, S. (2020). the Effect of Marketing Mix on Purchasing Decision of Harian Umum Pikiran Rakyat Tahun 2020. 6(2), 954–970.
- Hasbi, R., & Hadi, S. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Portobello Cafe Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1074–1084. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30605>

- 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. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Iqbal & Nuraini, S. (2024). Pengaruh Harga, dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Cofeeshop Janji Jiwa (Studi kasus pada Mahasiswa STIM Budi Bakti) Proposal Skripsi. Vol. 1(No. 1), 51–63.
- Irra Chrisyanti Dewi, & Julian, F. (2021). Pengaruh Brand Trust dan Brand Affect Terhadap Brand Loyalty Threesix Coffee Shop Surabaya. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(6), 922–935. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i6.341>
- Ismanto, W., & Dkk. (2022). The Influence of Marketing Mix On Purchase Decision Pendahuluan, 11, 200–210.
- Kasino, M., Lestari, D. J., & Karyadi, S. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Co-Management*, 1(2), 139–152.
- Kesuma, M., Fitria, D., & Umar, A. U. A. Al. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1).
- Kevin Candra, Siregar, R. M., Candra, D., & Yonatan. (2024). Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Pada PT Ocean. 8(1), 1237–1252.
- Kevin, D., & Carsana, Y. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Sukses Abadi Tanjung Pinang. *Jurnal Manajerial dan Bisnis Tanjungpinang*, Vol.3, No.1, 2020: 1-13, 3(1), 1–13.
- Kualitas, P., Dan, L., Terhadap, H., Pada, P., Studi, G., & Kecamatan, W. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.

- Manurung, L. M., & Lemy, D. M. (2021). Efektivitas Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Maxx Coffee Benton Junction. *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 4(1), 101–117. <https://doi.org/10.35729/jhp.v4i1.60>
- Maulana, V. (2022). Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Analisis Terhadap Kedai Kopi Zona Coffee Malang). 1–12.
- Napitupulu, marco manggora jeremy, & Argo, J. gunaedi. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee. *Veteran Economics, Management & Accounting Review*, 1(2), 14–51. <https://doi.org/10.59664/vemar.v1i2.5716>
- Pratiwi, R. W. (2022). Persepsi Anak Muda Di Surabaya Mengenai Coffee Shop Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan. *Commercium*, 5(2), 238–248. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/47850/39945>
- Purbohastuti, A. W. (2019). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi.
- Tirtayasa Ekonomika, 12(2), 212. <https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>
- Radji, D. L., & Kasim, S. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Delizza Pizza Kota Gorontalo. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.37905/aksara.4.1.17-26.2018>
- Riska, C. F., Natalia, J. L. F., Nabilah, I., & Kholipah, P. D. (2022). Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(3), 363–368.
- Sari, D. P. N. I., Febriansyah, R. E., & Supardi. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Brand Scarlett Whitening Pada Shopee. *Journal of Economic, Business and Accounting Volume*, 7(4), 2597–5234.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sinta Yuliana, A. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan Abstrak. *Journal of Management & Business*, 5(c), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. Aliansi : *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51– 58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>

- Susanto, H. A., & Otoluwa, N. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros. *Jurnal Brand*, 2(1), 141.
- Syamsa, S. (2023). Pengaruh Viral Marketing dan Online Customer Review di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Mixue di Surabaya. Retrieved from Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur.
- Tamsir, S. P., Windiana, W., & Hamid, S. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopindy. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(3), 10197–10205. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i3.3373>
- Tasya, N., Massese, M., Riwi, F. O., Manajemen, P. S., & Djemma, U. A. (2023). Strategi Promosi Sosial Media Terhadap. 3(3), 328–340.
- Timpaulu, R. J. Y., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Glori-A House Kawangkoan. *Productivity*, 4(2), 164–178. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/47012>
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Widayanto, M. T., Haris, A., & Syarifah, L. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 29–40. <https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.5821>