# DAFTAR PUSTAKA


Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Press.

Andreadi, R. (2019). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online di Toko Pakaian Brainwash Graphic* (pp. 126–138).

Bell, M. L. (1979). *Marketing, Concepts and Strategy* (3rd ed.). Houghton Mifflin.

Boon, L., dan Shi, W. (2014). Factors Influencing Consumers' Online Purchase Intention: A Study among University Students in Malaysia. *International Journal of Liberal Arts and Social Science*, *2*(8), 122–133.

Buchori, A., dan Harwani, Y. (2021). The Effect of Service Quality and Promotion on Purchase Intention Mediated by Trust (Case Study: PT China Taiping Insurance Indonesia). *European Journal of Business and Management Research*, *6*(2), 44–47. https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.2.764

Calvin, O., dan Tyra, M. J. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi Penjualan Shopee Food terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, *12*(1), 47–58.

Chamnanlertkit, C. (2021). *The Factors Affecting Online Purchase Intention of Bakery Products in Thailand*.

Fairliantina, N. I. R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee. *Jurnal Ecoment Global*, *8*(2), 18–29. https://doi.org/10.35908/jeg.v8i2.2945

Ferdinand, A. (2002). Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuah Studi Pendahuluan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, *1*(1), 107–119.

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Deepublish.

Ghozali, dan Latan. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. BP Undip.

Goh, S. K., Jiang, N., Hak, M. F. A., dan Tee, P. L. (2016). Determinants of Smartphone Repeat Purchase Intention Among Malaysians: A Moderation Role of Social Influence and a Mediating Effect of Consumer Satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, *6*(4), 993–1004.

Hardisman. (2021). *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. CV Bintang Semesta Media.

Harisno, H., dan Herby, D. (2018). The Analysis of Factors Affecting the Buying Interest of E-Commerce Customers. *Journal*, *12*(1) *CommIT (Communication and Information Technology)* 13. https://doi.org/10.21512/commit.v12i1.2089

Hasan, A. (2008). *Marketing* (1st ed.). Medpress.

Hidayat, W. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Go Food Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *Industry and Higher Education*, *3*(1), 1689–1699.

Holdenianda, L. Z., dan Achsa, A. (2022). Harga, Promosi, Kredibilitas, Kualitas Website, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Makanan Menggunakan Jasa GrabFood. *Competence: Journal of Management Studies*, *16*(2), 160–169. https://doi.org/10.21107/kompetensi.v16i2.18341

Huang, Y.-F., dan Dang, H. S. (2014). An Empirical Analysis on Purchase Intention on Coffee Beverage in Taiwan. *European Journal of Business and Management*, *6*(36), 182–196.

Jogiyanto, H. M. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE.

Karima, M. I., dan Mulia, D. (2021). Factors Affecting Online Coffee Purchases in the Covid-19 Pandemic Era: Consumer Case Study at Jotey Coffee Shop. *Research, Society and Development*, *10*(11), e279101119543. https://doi.org/10.33448/rsd-v10i11.19543

Katadata. (2021). *Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton*.

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Vols. 1-2). PT Indeks.

Kotler, P., dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.

Ling, K. C., Lau, T.-C., dan Piew, T. H. (2010). The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention. *International Business Research*, *3*(3), 63. https://doi.org/10.5539/ibr.v3n3p63

Minor, M., dan Mowen, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.

Nazara, N. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada UD. Miselteluk dalam Kabupaten Nias Selatan*.

Nurkhasanah, S., dan Mahmud, M. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Online yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada Shopeefood). *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis (JMDB)*, *1*(2), 1–16. https://doi.org/10.33633/jmdb.v1i2.6907

Pepadri, I. (2002). Pricing is the Moment of Truth: All Marketing Comes to Focus in the Pricing Decision. *Usahawan*, *10*, 15–19.

Rosdiana, R., dan Haris, I. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*, *2*(3), 169–175. https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16240

Setiawan, M., Wahib, M., Amris, A., dan Karman, A. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Market Place Shopee. *EL MUDHORIB: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, *3*(1), 60–78. https://doi.org/10.53491/elmudhorib.v3i1.439

Shafitri, M., Ariani, L., dan Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, *2*(1), 201–212.

Sugiyanto, E., Yoeliastuti, Y., dan Evalina, E. (2023). Efektifitas Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Online pada Grabfood di Jakarta. *Warta Dharmawangsa*, *17*(2), 610–620. https://doi.org/10.46576/wdw.v17i2.3175

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.

Suhartini. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online di Komunitas Kaskus Semarang. *Jurnal Universitas Diponegoro*, 1–32.

Sukaryono, D. (2023). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan PT. Nipsea Paint and Chemicals Cat Nippon Paint. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, *5*(2), 147–157. https://doi.org/10.47201/jamin.v5i2.133

Syahrir, Danial, Yulinda, E., dan Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan* (1st ed.). PT Penerbit IPB Press.

Tanata, H. F., dan Christian, S. (2019). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Hungtata. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, *4*(2), 230–239. https://doi.org/10.37715/jp.v4i2.1522

Zalsabila, R. (2022). *Pengaruh Harga dan Kemudahan Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online pada Segmen Milenial Pengguna Marketplace Shopee dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Moderasi*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Zhu, L., Li, C., dan Phongsatha, S. (2021). Factors Influencing Purchase Intention toward Online Food Delivery Service: A Case Study of Experienced Consumers in Hunan Province, China. *AU-EJournal of Interdisciplinary Research*, *6*(2), 103–112