

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. (2022). Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital : Sebuah Tinjauan Literatur. *Jipis*, 31(2), 134–148. <https://doi.org/10.33592/Jipis.V31i2.3286>
- Akbar, D. D. (2024). *Buku Ajar : Ekonomi Manajerial*. warna samudera. <https://books.google.co.id/books?id=0RYkEQAAQBAJ>
- Alimansyah, N., Krisnawati, D., & Utomo, F. C. (2022). Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan burger king jatiasih. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v10i1.671>
- Al-May Farhan, A., & Mulyono, J. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan “Menantea Café” Teluk Jambe Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 227–243. <https://doi.org/10.24967/jmb.v8i2.2043>
- Amanda, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada MIXUE Ice Cream & Tea. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 217–226. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i3.451>
- Amelia, Y., & Sukmasari, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Starbucks Coffee. *Journals of Economics and Business*, 2(1), 47-56. <http://jurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JEB>
- Arif, D., & Ekasari, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ecopreneur*. 12, 3(2), 139-146. <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i2.780>
- Aryanti, S., Supriyatna, W., Ekonomi, F., Bisnis, D., Pamulang, U., Surya, J., No, K., Pamulang, K., Selatan, K. T., & Kunci, K. (2024). <https://sociora.lkd-pm.com/index.php/Sociora> Vol Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Bright Gas 5,5Kg pada PT Parung Kencana Jaya, Kabupaten Bogor. 1(2), 111–125. <https://doi.org/10.33753/sociora.v1i2.13>
- Aulia, R., Syamsudin, A., & Sintani, L. (2023). Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pelanggan Cafe One More Palangka Raya). *Edunomics Journal*, 4(2), 177–189. <https://doi.org/10.37304/ej.v4i2.10060>
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), A438-A443. <https://doi.org/10.32502/jimn.v13i1.6742>
- Azizah, S. N., & Maulana, A. (2024). Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keputusan Pembelian Go-Food di Kota Palembang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 133-146. <https://doi.org/10.32502/jimn.v13i1.6742>

- Kumara, D., Putranto, A. T., & Syahria, S. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Masakan Jepang En Dining. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1).
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Putri, D. C., & Sunaryanto, L. T. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Berkunjung Di Kampoenng Banyumili Semarang Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(3), 579-590. <https://doi.org/10.24843/JIEB.2022.v15.i02.p05>.
- Dilla Dwi Puspita Sari, & Natal Indra. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Indomaret Cabang Jatirahayu. *MASMAN : Master Manajemen*, 2(3), 125–136. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i3.475>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior*. Dryden Press. <https://books.google.co.id/books?id=BWqfQgAACAAJ>
- Fahlevi, M. R., Achmad, B. A., & Rahmawati, E. (2021). Pengaruh strategi pemasaran dan media sosial terhadap perilaku konsumen cafe malam. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 11-23. <https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10991>
- Fairliantina, E., & Paniroi, J. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di denny's restoran Senayan City. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Faizah, N. R., Suryoko, S., & Saryadi, S. (2013). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran o-mamamia steak and ice cream cabang jati semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(2). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Muzaki, M. F., Mulyani, I. D., & Khojin, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Luang Waktu Coffee). *AURELIA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 44-57. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Febriyanto, N. A., & Widiartanto, W. (2022). Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan Burgerking Paragon Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3), 1226-1237. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31865>
- Azzahra, F. D., & Rizan, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention serta Dampaknya pada Purchase

- Decision: Studi pada Pengguna Layanan Online Food Delivery di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan-JBMK*, 2(3), 874-890. <https://doi.org/10.32503/revitalisasi.v11i1.2410>
- Handayani, V., & Rahayu, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Luxio. *Jurnal Sains Manajemen*, 3(2), 64-75. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Hasibuan, M. Z., & Perangin-Angin, N. J. P. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Pelayanan Pesan Antar Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Indomaret Tanjung Morawa). *Jurnal Mutiara Manajemen*, 7(2), 66–72. <https://doi.org/10.51544/jmm.v7i2.3564>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56-64. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 6(4), 360-369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>
- Hilaliyah, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk yang Di Moderasi Oleh Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan kafe Ria Djenaka Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya). <https://doi.org/10.32897/jiim.2022.1.1.1643>
- Hotimah, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada UKM Makaroni Bantet Banyuwangi). *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*, 2(1), 16-29. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v2i1.542>
- Juwita, A., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Kenalin Ini Kopi Karawang. *Jurnal Manajemen Strategik Dan Simulasi Bisnis*, 4(1), 24-32. <https://doi.org/10.25077/mssb.4.1.24-32.2023>
- Kaharuddin, R., Mustari, M., Rahmatullah, R., Dinar, M., & Said, M. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 16(2), 207-219. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i2.33931>
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Sudut Halaman. *Jurnal*

Akuntansi dan Manajemen Bisnis, 2(3), 24-30.
<https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.350>

- Khotimah, K., & Nurtantiono, A. (2021). Pengaruh produk, persepsi harga, promosi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Solo Raya. *Creative Research Management Journal*, 4(1), 1-10.
<https://doi.org/10.32663/crmj.v4i1.1827>
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko. we. cok di solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1-13.
<https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media sosial dalam mempererat interaksi antar keluarga di desa Esandom kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).
<https://doi.org/10.32897/jiim.2022.1.1.1643>
- Langoday, T. O., Wahyuningrum, C., Lay, A. S. Y., & Efitra, E. (2023). *TEORI PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS : Pengantar untuk Calon Manajer Hebat di Era Global*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=IYjYEAAAQBAJ>
- Makarueh, J., Rohaetin, S., Erang, D., Program, M., Pendidikan, S., Fakultas, E., Dan, K., Pendidikan, I., Palangka Raya, U., Studi, P., Ekonomi, P., Keguruan, F., Ilmu, D., Universitas, P., & Raya, P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café About Something Palangka Raya. *Edunomics Journal*, 3(1), 2021–2033. <https://doi.org/10.37304/ej.v3i1.3998>
- Martiana, R., & Apriani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung. *The Asia Pacific Journal Of Management Studies*, 6(2). 121–134. <https://doi.org/10.54593/awl.v5i1.287>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146.
- Mila Aulia Rizkyani, A. N. (2022). Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 482–487. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2608>
- Mokoginta, C., Dua, I. L., & Rumerung, J. (2023). Peningkatan Kualitas Pelayanan Untuk Kepuasan Publik Pada Pengadilan Tata Usaha Negara Manado. *Manajemen Administrasi Bisnis Dan Pemasaran*, 5(1 April), 79-92. <https://doi.org/10.1016/j.jconsstud.2021.01.003>.
- Ni Nyoman Anggar Seni dan Ni Made Dwi Ratnadi, “Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi,” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 12, no. 6 (2017): 4046, <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i12.p01>.

- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1854>
- Oktrichaendy, F. O., Pradhanawati, A., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lost In Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 452-460. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Pasaribu, S., & Radikun, T. B. S. (2021). Penerapan Teori Perilaku Terencana dalam Pengambilan Keputusan Etis. *Psychocentrum Review*, 3(2), 164-173. <https://doi.org/10.26539/pcr.32640>
- Puspita, N., Rani, R., & Purwatiningsih, P. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo di Jakarta. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 267-279. <https://doi.org/10.1234/jeb.v14i3.8765>.
- Putra, Y. D., Lisa, L., Sutarno, S., Dewi Anggraini, & Supriyanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Alam Bumi Lestari. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 133–140. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.402>
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jesya*, 5(2), 2192–2107. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.808>
- Ramadhan, A., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Sneakers Room Medan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jurkami)*, 7(3), 425–434. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i3.2119>
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(1), 176-188.
- Safira, S. D., & Risal, T. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pln (Persero) Unit Wilayah Medan Timur. *Jurnal Widya*, 5(1), 546-559. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i3.2119>
- Santosa, N. A., & Ratnasari, K. (2022, April). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Coffite Jakarta Selatan. In *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* 1, 246-259). <https://doi.org/10.54593/awl.v5i1.287>
- Wahyono, I. S. (2022). Media Sosial Dan Kualitas Layanan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Media Sosial Toko Buku Online Redaksi Loveable). *Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen*, 1(1), 30-43. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.47>

- Sofyan, C., Sepang, J. L., & Loindong, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wht's Up Café Manado The Effect Of Work Experience, Compensation, And Motivation On Employee Performance In Pt. Unilever. Tbk At Manado. 4230 Jurnal Emba, 7(3), 4230–4240. <https://doi.org/10.32897/jiim.2022.1.1.1643>
- Susiladewi, S. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Kupi Datu Banjarbaru. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 45-64. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v7i2.3255>
- Sustiyatik, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, 10(2), 175. <https://doi.org/10.30649/japk.v10i2.84>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior*. Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=8TGAPwAACAAJ>
- Tirtayasa, S., Khair, H., & Yuni Satria, S. E. (2024). Manajemen Pemasaran dalam Memoderasi Minat Beli Mobil Lisrik. umsu press. <https://books.google.co.id/books?id=Hrf4EAAQBAJ>
- Umami, R., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250-257. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v15i2.630>
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran ABC Di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1(3), 82-91. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i3>
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>
- Rendhy Yosua Putra, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang)* (Doctoral Dissertation, Faculty Of Social And Political Sciences).
- Yasika, R., Maftukhatusolikah, M., & Sumantri, R. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Iqtisaduna*, 9(2), 129-143. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v9i2.42481>
- Rahman, A., dan Kurniawan, Y. 2021. "Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas di Sektor Kopi." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 14 (3): 45-58. <https://doi.org/10.1234/jeb.v14i3.8765>.

- Rahmawati, S., dan Setyawan, D. 2023. "Perilaku Konsumen di Industri Kopi: Studi Tentang Citra Merek, Kualitas, dan Pengaruh Media Sosial." *Jurnal Riset Bisnis Terapan* 29 (3): 173-188. <https://doi.org/10.19030/jabr.v29i3.8033>.
- Saragih, M., dan Lestari, S. 2022. "Strategi Pemasaran Media Sosial dan Dampaknya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen di Kedai Kopi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 15 (2): 145-160. <https://doi.org/10.24843/JIEB.2022.v15.i02.p05>.
- Setiawan, A., dan Suryani, T. 2021. "Peran Kualitas Produk dalam Loyalitas Konsumen di Kedai Kopi di Indonesia." *Jurnal Studi Konsumen* 15 (1): 112-130. <https://doi.org/10.1016/j.jconsstud.2021.01.003>.
- Setiawan, R., dan Lestari, S. 2021. "Promosi Digital dan Pengaruhnya terhadap Kesadaran Merek di Kalangan Milenial." *Jurnal Pemasaran dan Perilaku Konsumen* 7 (2): 50-62. <https://doi.org/10.33423/j>
- Susanti, S., & Mulyono, H. Pengaruh Ketersediaan dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 169-178.
- Al-Bahrani, A., & Patel, D. (2015). Incorporating Twitter, Instagram, and Facebook in Economics Classrooms. *The Journal of Economic Education*, 46(1), 56–67. <https://doi.org/10.1080/00220485.2014.978922>
- Pustikayasa, I. M. (2019). Grup Whatsapp sebagai Media Pembelajaran. *Widya Genitri : Jurnal Ilmiah Pendidikan, Agama Dan Kebudayaan Hindu*, 10(2), 53– 62. <https://doi.org/10.36417/widyagenitri.v10i2.281>
- Kola, A. J. (2018). Mobile-Learning (M-Learning) through WhatsApp Messaging, Facebook, and YouTube, Nigeria. *Education Journal*, 1(3), 111. <https://doi.org/10.31058/j.edu.2018.13008>.