

DAFTAR PUSTAKA

- Aina. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hafiz Resto Di Siak Sri Indrapura*.
- Al Faruq, M. K., Sumowo, S., & Nursaidah, N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe 67 Kecamatan Kencong Kabupaten Jember. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 4(1), 107–119. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v4i1.3739>
- Anindya Juraifa, S., & Utami Wikaningtyas, S. (2025). Pengaruh Lokasi Serta Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Tambora*, 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.36761/suffix>
- Anwar, M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 808–823. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.935>
- Aprilia, I. E., Putri, A. B., & Sanusi, A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*.
- Bao, J., Kan, R., Chen, J., Xuan, H., Wang, C., Li, D., & Xu, T. (2021). Combination pharmacotherapies for cardiac reverse remodeling in heart failure patients with reduced ejection fraction: A systematic review and network meta-analysis of randomized clinical trials. In *Pharmacological Research* (Vol. 169). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/j.phrs.2021.105573>
- Blut, M., Chaney, D., Lunardo, R., Mencarelli, R., & Grewal, D. (2024). Customer Perceived Value: A Comprehensive Meta-analysis. *Journal of Service Research*, 27(4), 501–524. <https://doi.org/10.1177/10946705231222295>
- Chelviani, K. M., Meitriana, M. A., & Haris, I. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern Di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9.
- Cheung, G., Cooper-Thomas, H. D., Rebecca, S., & Linda, C., (2024). Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. *Asia Pacific Journal of Management*, 41, 745-783. <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09871-y>.
- Cohen, J., (1992). *Quantitive Methods In Psychology A Power Primer*.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (S. T. Tambunan, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Dekimpe, M. G., Gijsbrechts, E., & Gielens, K. (2023). Proximity-store introductions: A new route to big-box retailer success? *Journal of Retailing*, 99(4), 621–633. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretai.2023.11.006>

- Desmi Ristia, N., & Marlien, R. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *YUME : Journal of Management*, 5(3), 1–16. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.1751>
- Dhea, A., Sudarwati, & Mawarti, F. S. (2023). *Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Keragaman Produk Merek Hanasui Di Sukoharjo*. 7.
- Eko Wardana, A. (2022). The Effect Of Brand Image, Quality Of Service And Location On Purchase Decisions At Other Heart Coffee Stores. *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, 6(3). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBA>
- Elliyana, E., Lidiana, & Siwi, T. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran* (Y. Umay, Ed.). Ahlimedia Press. www.ahlimediapress.com
- Fajri, I. M., Wijayanti, & Annisa, N. N. (2024). *Pengaruh Faktor Pemilihan Lokasi Terhadap Volume Penjualan (Studi pada usaha ritel di jalan alternatif Wonosobo II)*. 6.
- Fakhry, M., Supartono, & Satpatmantya BR, K. (2023). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Inovasi Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Matahari Department Store Grand Mall Bekasi. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 9.
- Fanesya Yul Fani, & Unik Dwi Lestari. (2024). Pengaruh Brand Image, Service Quality dan Price terhadap Customer Satifaction dan Customer Loyalty Kopi Janji Jiwa. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 263–279. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.1051>
- Fatmawati, S., & Feranita, V. (2023). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa STIA Pembangunan Jember)*. 5.
- Febri Kumalasari, V., & Masreviastuti. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Grands Coffee Blitar. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris edisi 2. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Sage Publications* (2nd ed.).
- Hamidy, N., & Hadi, S. P. (2023). “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa Fisip Undip).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 720–728.
- Hunneman, A., Bijmolt, T., & Elhorst, J. (2023). Evaluating store location and department composition based on spatial heterogeneity in sales potential. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 73, 103355. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103355>
- Iskandar, F. H., & Assa, A. F. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek. *Jurnal Ilmiah*

- Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 3584–3595.
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i8.1462>
- Jailani, Ms., & Jeka, F. (2023). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*.
- Jamlean, S., Ronald, S., Saleky, J., & Pattipeilohy, V. R. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1.
- Jati, R. W., & Soliha, E. (2023). Kepuasan Pelanggan: Peran Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Pada Pt. Centra Sarana Sukses Kota Semarang. *Jesya*, 6(2), 1608–1620. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1124>
- Kadari. (2016). Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Yang Mempengaruhi Kesuksesan Usaha. *Prima Ekonomika*, 7.
- Kotler, & Keller. (2016). *A Framework for Marketing Management* (6th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Lathifah, K. U., & Silvianita, A. (n.d.). *Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan*.
- Lin, Y. H., Wang, Y., Lee, L. H., & Chew, E. P. (2022). Omnichannel facility location and fulfillment optimization. *Transportation Research Part B: Methodological*, 163, 187–209. <https://doi.org/10.1016/j.trb.2022.07.005>
- Muniroh, T. U., & Althalets, F. (2024). The Influence Of Consumer Satisfaction And Sales Promotion On Repurchase Decisions For Ms Glow Products In Samarinda City. *Costing:Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7.
- Nona Aprilia, R., & Maskan, M. (2021). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Café Welijo Lamongan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, H. M., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril, Ed.; 1st ed.). PT Nasya Expanding Managemen (Penerbit NEM - Anggota IKAPI).
- Nur Fadhillah, A., & Dasururi, R. (2024). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Kripik Gadung Desa Made Di Jombang. *Jurnal EBA*, 11(2).
- Nursiti, & Syafarudin. (2023). Harga dan Promosi Berdampak Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 6.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Widya Gama Press.
- Pertiwi, S. (2023). The Influence Of Product Quality, Brand Image, And Price On Purchasing Decisionsle Minerale In Medan Polonia District With Promotion As Moderation Variable. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 374–381. <https://doi.org/10.54367/jrak.v9i2.2978>
- Rizal Hermawan, M., & Hadibrata, B. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Suasana Toko, Kualitas Layanan, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

- Coffee Shop Dengan Sikap Intervening. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 2(8), 780–795. <https://doi.org/10.58344/locus.v2i8.1579>
- Rukmana Poha, F., Rita Karundeng, D., & Afan Suyanto, M. (2022). *Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa)*. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.336>
- Saleem, S. M. U., Taib, C., Ikram, M., & Mehmood, W. (2024). A comprehensive analysis of service quality: A systematic literature review. *Total Quality Management & Business Excellence*. <https://doi.org/10.1080/14783363.2024.2357805>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2
- Sasmita, M., Cattleyana, D., Cattleyana, D., Rosyidah, E., & Rosyidah, E. (2024). Pengaruh Lokasi, Variasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Pusat Oleh-Oleh Osing Deles Banyuwangi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(1), 606. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1745>
- Shoshani, T., Zubcsek, P. P., & Reichman, S. (2024). Analyzing Purchase Decisions Using Dynamic Location Data. *Journal of Interactive Marketing*, 59(1), 1–18. <https://doi.org/10.1177/10949968231179148>
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). Brand Marketing: the Art of Branding. In A. Sudirman (Ed.), *Cv. Media Sains Indonesia* (Issue January). Media Sains Indonesia.
- Subu, T., Tumbel, T. M., & Punuindoong, A. Y. (2023). *Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di It Center Kota Manado*. 4(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Jurnal Sains Manajemen*, 6(1), 36–50. <https://doi.org/10.30656/sm.v6i1.2097>
- Tampil Purba, J., Budiono, S., & Rajagukguk, W. (2021). The Influence of Services cape, Discount, Brand Image and Service Quality on Purchase Decisions in Starbucks Tangerang, Indonesia. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran : Prinsip & Penerapan* (1st ed.). Andi.
- Widjaja, Y. R., Dwi, F., & Rahmat, J. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung* (Vol. 9, Issue 1).

- Wulandari, R., & Calista, N. (2022). Enrichment: Journal of Management Factors that Affect Buying Decisions on Kopi Kenangan. *Enrichment: Journal of Management*, 12(4).
- Wijayaningsih, R., & Andrian. (2024). *The Implementation of Service Quality, Perception of Price, Location Towards Purchasing Decisions (Case Study of Coffee Shops in North Bekasi)*. *Indonesian Journal of Business Analytic*.
- Yanti Mulia, N., & Utamaningsih, A. (2021). Pengaruh Minat Beli, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Ds Cafe Aceh. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7.
- Zalukhu, F. N., & Lu, C. (2025). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Tomorro Coffee*. <https://doi.org/10.62710/a4vqw465>