

DAFTAR PUSTAKA

- Abdusshomad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In P. Rapanna (Ed.), *CV. Syakir Media Press* (1st ed.). CV. Syakir Media Press.
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Manajemen*, 12 No.1(1), 32–39.
- Aditiansa, J. F., & Dermawan, R. (2022). Effect Of Brand Awareness, Promotion And Ease Of Use Perceptions On Decisions To Use Linkaja E-Wallet. *Jurnal Ekonomi Balance*, 18(01), 145–154. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jeb/article/view/7886>
- Alfajar, F., Mustainah, Tawil, M., & Polii, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(1), 37–50.
- Amelia, G. T. (2020). *Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing Pada Sentra Kopi Chekaz Kabupaten Bandung*. Universitas Komputer Indonesia.
- Ayuanti, R. N., Sudarmiati, S., & Wardana, L. W. (2023). The Influence of Service Quality, Prices and Promotions on Student Satisfaction in Following the Course at the Study Institution Mr. Bob English Club Pare Kediri. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(11), 2945–2958.
- Djami, M. B. (2020). Ngopi: Memaknai Aktivitas Minum Kopi Dalam Konteks Budaya Populer. *SOLA GRATIA: Jurnal Teologi Biblika Dan Praktika*, 1(1).
- Drucker, J., & Kayanan, C. M. (2024). Innovation districts: Assessing their Potential as a Strategy for Urban Economic Development. *Urban Affairs Review*, 60(3), 802–834.
- Erlangga, R., Tampi, J. R. E., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Halu Kopinspirasi. *Productivity*, 1(2), 197–202.
- Faris, A. R. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha Coffee shop Di Kecamatan Padang Barat Kota Padang*. Universitas Andalas.

- Farras Ilman, M., Aprilio El, M., Putri, N., Deny, F., & Muhammad, R. (2023). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Penjualan Berbasis Aplikasi pada Coffee shop Kohvi. *Konferensi Nasional Ilmu Komputer (KONIK)*, 5.
- Fernanda, N. A., Baidlowi, I., & Poernomo, A. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Atmosfer Café Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nabs Café Pacet–Mojokerto. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(5), 107–120.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, F. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Reddoorz Near Mikie Holiday*. Universitas Quality Berastagi.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage.
- Kangan, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Persaingan E-Commrece di Indonesia. *Prologia*, 4(2), 280. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6504>
- Kartiksari, S. (2022). *Strategi Bauran Pemasaran Kopi di Kota Mojokerto*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Lestari, L. F., & Baidlowi, I. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening. *Philosophiamundi*, 3(1), 1–13.
- Lukitaningsih, A., Lukitaningsih, A., & Lestari, F. (2023). Pengaruh brand image, brand trust dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian produk smartphone. *Forum Ekonomi*, 25(1), 89–96.
- Mangu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan Umkm Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>

- Meida, F., Astuti, M., Nastiti, H., & Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Jl Rs Fatmawati, U. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 157–166. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1326>
- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1).
- Naswati, A. P. (2023). *Strategi Push, Pass Dan Pull Marketing Dalam Menarik Pelanggan Di Kedai Kopi (Studi Pada Kedai Kopi Bangoen Djaya)*. Universitas Nasional Pioner Perubahan.
- Pallant, J. (2020). *SPSS Survival Manual A step by step guide to data analysis using IBM SPSS (7th ed.)*. Open University Press.
- Porajow, K. C., Kalangi, J. A. ., & Tamengkal, L. F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado. *Jurnal Productivity*, Vol. 1(5), 446–452.
- Pratiwi, H., Mustikaningtiyas, I., Widyartika, F. R., Setiawan, D., Nasrudin, K., & Julietta, L. (2020). Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Peran Apoteker Pada Layanan Kefarmasian Di Apotek Kecamatan Sokaraja, Baturraden, Sumbang, Dan Kedungbanteng. *JPSCR: Journal of Pharmaceutical Science and Clinical Research*, 5(1), 33. <https://doi.org/10.20961/jpscr.v5i1.39273>
- Putri, D. P. E., Rismawati, D. A., Lestari, M. S., Pravitasari, N., Saputri, P., Wahyudi, R., & Rahmawato, Y. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace TikTok Shop. *Academica: Journal ...*, 7(1), 68—92. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/academica/article/view/7400>
- Rahardja, K. (2023). *Apa Saja Tren dan Faktor Pendorong Kedai Kopi di Indonesia*. The Entrepreneurs Society. <https://te-society.com/artikel/kedai-kopi/>
- Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*,

9(6).

- Riyadin. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan). *Jurnal Simplex*, 2(1).
- Sari, D. C., Wardhana, A., Darwin, A. M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., Hastutik, S., Poltak, H., & Sangadji, S. S. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Hartini (ed.); Vol. 1, pp. 1–38). CV Media Sains Indonesia. www.penerbit.medsan.co.id
- Semadi, I. M., DM, R., & Fitriany, F. (2022). Analisis Pengaruh Price, Promotion, People Dalam Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Kredit Konsumtif Pada Pt. Bpr Hasa Mitra Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 4(1), 39–52. <https://doi.org/10.37476/massarov4i1.2715>
- Shofia, R., & Soebiantoro, U. (2023). Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kopi Nescafe di Kabupaten Mojokerto. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 682–692.
- Siangsari, D. J., & Wijayanti, R. F. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Gartenhutte Mojokerto. *JOURNAL OF ADMINISTRATIVE AND SOCIAL SCIENCE*, 5(2), 1–14.
- Sudarmanto, R. G. (2009). Pengaruh Pembiayaan Pendidikan terhadap Kualitas Pelaksanaan Pembelajaran dan prestasi Belajar Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Ekonomi di Bandar Lampung. In *Program Pascasarjana UM Malang*.
- Tarigan, R. J. (2020). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online dishopee pada mahasiswa universitas muhammadiyah sumatra utara. Maret*, 135.
- 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.
- Utami, R., & Hayati, A. F. (2023). Pengaruh Strategi Promosi dalam Bauran

Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecogen*, 6(1), 97.
<https://doi.org/10.24036/jmpe.v6i1.14405>

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
<https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>