

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Imaddudin Hakam Rahmani, F. R. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Dalam Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Coffe Shop Mahalona Kopi Karawang*. 10(13), 1–15.
- Ajininggar, D. R. (2023). Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 185.
- Andrei Prabawa, K., Luh Putu Suciptawati, N., & Putu Eka Nilakusmawati, D. (2017). Penerapan Analisis Korelasi Kanonik pada Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *E-Jurnal Matematika*, 6(1), 90–98.
- Asj'ari, F., Dwiarta, I. M. B., Utomo, S. P., & Hartono. (202S1). Hedonic Shopping Motivation: Impulse Buying in Surabaya Consumer. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(4), 364–370. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/3430>
- Balaka, M. Y. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: CV Alfabeta. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(1), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>
- Edriani, D., & Universitas. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Devi Edriani Universitas Putra Indonesia YPTK Padang*, 10(2), 1–4. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i21.114>
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan Pendidikan Bahasa Arab / Universitas Islam Negeri ImaHaifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data. : *Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2), 256–270.
- Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi, 24(10), 541-550. (2025). *Pengaruh, Preferensi Konsumen, Cita Rasa dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Esspecto Coffe Manado*. 24(10).
- Kalipro, K., & Banyuwangi, K. (2025). *Article History: Received: November 08*. 3(6), 3085–3094.
- Kerja, F., Semangat, T., Pegawai, K., Pertanahan, K., & Ponorogo, K. (2021). 2716-2753 (media online) *Journal of Applied Management and Accounting Science*. 2(2), 84–92.

- Mahendra. (2025). Tabel Data Tren Kedai Kopi Indonesia (2022 – 2025). *Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.Upi.Edu | Perpustakaan.Upi.Edu*, 1–8.
- Marcelina, J., & Tantra, B. (2018). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian pada Guest House di Surabaya. *Uji Heteroskedastisitas Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 1–16. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/5961/5444>
- Minarti, A., & Ginoga, V. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Undersiege Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(2), 107–114. <https://doi.org/10.57093/metansi.v5i2.165>
- Muhammad Saleh, & Nadi Fikri Rijali. (2025). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Conch Di Toko Bangunan Sehati Kecamatan Murung Pudak Kabupaten Tabalong. In *Japb* (Vol. 8, Issue 1). <https://doi.org/10.35722/japb.v8i1.1200>
- Mukaroh, E. N., & Nani, D. A. (2021). Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja. *Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 27–46.
- Pertiwi, E. D., Nasrul, M., Ismail, Y., & Kunci, K. (2025). *Strategi Pemasaran Produk Palastik (Paving Blok Limbah Plastik) melalui Pelatihan bagi TPST Himalaya Desa Palopo Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato*. 5(3). <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i3.1682>
- Prabowo, J. (2020). Pengaruh kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *James Prabowo Soetanto, Fanny Septina, Dan Timotius Febry*, 5(April), 64–71.
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembeliann Sepatu Merek Omade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.26460/jm.v6i1.196>
- Puspaningtyas, M. (2011). Analisis Strategi Pemasaran Jasa. *Jurnal Dinamika Dotcom*, 2(1), 57–75.
- Ratnasari, & Wachdijono. (2021). Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen Kopi Pada Masa Pandemi Covid-19 Marketing Mix and Coffee Consumer Behavior During The Covid-19 Pandemic. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 2654–3162.
- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024a). *KOPERASI DAN UMKM Membangun Kemandirian Ekonomi Lokal* (Vol. 2).

- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024b). Pengaruh likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Doctoral Dissertation, UBP Karawang*, 2, 306–312.
- Rudiyanto, M. A. (2020). Analisa Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap pebdapatan pedagang. *Universitas Islam Majapahit Universitas PGRI Adi Buana Surabaya*, 3(September), 72–84.
- Saputra, L., Studi, P., Teknik, M., Teknik, F., Dan, S., & Hatta, U. B. (2024). Analisis faktor yang mempengaruhi penerapan sistem manajemen keselamatan konstruksi (smkk) pada proyek pembangunan gedung sentra ikm minyak atsiri di kecamatan lunang. *UNIVERSITAS BUNG HATTA 2024*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku konsumen. In *Jakarta: Indeks*.
- Setyariningsih, M. S. H. E. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Siswa Dalam Pengambilan Keputusan Sekolah Di SMK NASIONAL MOJOSARI. *Universitas Islam Majapahit*, 4(1), 76–86.
- Shakespeare, W. (2017). PENGGUNAAN KUESIONER SEBAGAI INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF: KELEBIHAN dan KELEMAHAN. *UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan*, 3264–3268. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00208803>
- Suseno, J. B. (2021). Pengaruh Atmosfer Musik, Sikap Karyawan, Pelayanan It Dan Kualitas Kopi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kafe Dijou Coffee Bar Di Bandar Lampung. *Manajemen*, 1–49.
- Tauriana, D., & Andhika, A. (2010). Bauran Pemasaran, Manajemen Hubungan Pelanggan dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen. *The Winners*, 11(1), 34. <https://doi.org/10.21512/tw.v1i1.698>
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran (Edisi 4*. Andi Offset.
- Walker, B. S. Y. M. P. P. K., MASJID, W. B. K. O. W. R., & AGUNG ISLAMIC CENTRE KABUPATEN ROKAN HULUanise. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01(2), 1–7.
- Wati, E. (2019). Peran Akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan. *Jurnal Stie Semarang*, 4(2), 74–86.
- Wulansari, N., Abrian, Y., Adrian, A., & Menginap, K. (2021). *Pengaruh Faktor Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menginap*. 10(02), 171–182.