

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Azizah, S., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan di Instagram, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kanz Coffee & Eatery). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 348–359. <http://journalfeb.unla.ac.id/index.php/almana/article/view/506>
- Budi D. Soebakir, & Roring, B. L. F. (2018). Pengaruh Brand, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Di Kedai Kopi Gudang Imaji Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3843–3852.
- Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok. *Ikraith-Ekonomika*, 5(1), 31–38.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antarkita Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>
- Kusdharmadi, M. & Muhammad, Meisya. 2024. Industri Kuliner Diprediksi Tumbuh 7 Persen di 2024. Diakses pada 24 Mei 2024 dari <https://m.jpnn.com/news/industri-kuliner-diprediksi-tumbuh-7-persen-di-2024>.
- Kotler, Philip, Armstrong. 2017. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2018). Prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2019). Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. Marketing Management, 15th Edition New

Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Musika, Yoga A. 2023. Data Konsumsi Kopi Di Indonesia 2023 Referensi Bisnis. Diakses 24 Mei 2024 dari <https://ottencoffee.co.id/majalah/data-konsumsi-kopi-di-indonesia-tahun-2023>
- Nurfeni Agustin, L. (2022). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI KOPI UENO KOTA MADIUN. September.*
- Nordiansyah, E. 2024. 2024 Bawa Angin Segar bagi Pelaku Bisnis Kafe dan Restoran. Diakses pada 24 Mei 2024 dari <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/zNAOrgZN-2024-bawa-angin-segar-bagi-pelaku-bisnis-kafe-dan-restoran>
- Oktaviani, I., & Hanafia, F. (2022). Pengaruh Ewom, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Jevera Coffee and Eatery. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 282–297. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.4122>
- Putra, A. P., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Coffee Culture Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1349-1355.
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Citra Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
- Putri, S. T. O., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop pada Kedai Kopi Anaqi Di Kabupaten Subang. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 906. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.564>
- Rahayu, M., & Ningsih, R. (2022). *Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi*. 22(3), 281–291.
- Saputra, R. A., Widarko, A., & Rizal, M. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada pelanggan kedai Aj Coffee Sidayu di Kota Gresik). *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 82–94. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

- Sumantri, B. A., Adawiyah, W. R., & Banani, A. (2023). Analysis Of Dynamic Capability Of Managers During The Covid-19 Pandemic Cooperative Village Units In The Mataraman Region, East Java. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 8(1), 191-200. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v8i1.19757>
- Susanti, R. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Sharing Karanganyar. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 22(03).
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2019. "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyu, M., Heriyanto, & Nurfitriani. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Coffee Toffee Di Kota Samarinda*. 1–10.
- Widarti, Peni. 2019. Pertumbuhan Kafe Berbasis Kopi Jatim Mencapai 18 Persen Setahun. Diakses 24 Mei 2024 dari <https://surabaya.bisnis.com/read/20191001/531/1154444/pertumbuhan-kafe-berbasis-kopi-jatim-mencapai-18-persen-setahun>.