

DAFTAR PUSTAKA

- Aithal, A., & Aithal, P. S. (2020). Development and Validation of Survey Questionnaire and experimental data. *International Journal of Management, Technology, and Social Sciences (IJMTS)*, 5(2), 233–251.
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99–108. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>
- Arif, D., & Ekasari, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana cafe terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ecopreneur. 12 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 139–146.
- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan penggunaan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2, 58–69. <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/article/view/3665>
- Azis, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 1(1), 21–25. <https://doi.org/10.47065/imj.v1i1.13>
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Budiono, A., & Siregar, O. M. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Minum Kopi Medan Johor. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 376–386.
- Byrne, D. (2022). A worked example of Braun and Clarke’s approach to reflexive thematic analysis. *Quality and Quantity*, 56(3), 1391–1412. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01182-y>
- Eka Putra, I., Asrini, A., & Veronica, D. (2022). Pengaruh Desain Interior Dan Penampilan Karyawan Terhadap Keputusan Pembeli Konsumen Dine & Chat Kafe and Resto Jambi. *Develop*, 6(1), 47–68. <https://doi.org/10.25139/dev.v6i2.4388>
- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *IQTISHA Dequity Jurnal MANAJEMEN*, 3(2), 266. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i2.937>
- Fatimatuz Zahro, H. S. D. C. A. K. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, INOVASI PRODUK, FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE HEAVUN DI MADIUN. *SIMBA, E-ISSN 268*(September 2023).

- Fenny Krisna Marpaung, Markus Willy Arnold S, & Asyifa Sofira, S. A. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), ISSN. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Fernanda, N. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Atmosfer Café Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nabs Café Pacet – Mojokerto. *Penelitian Manajmen Dan Inovasi Riset*, 1(5), 107–120.
- Gracia, B. A., Dipayanti, K., & Nufzatutsaniah, N. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41049>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Handayani, W., Totok, Y., Prasetyo, T., & Pital-, E. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6, 961–972. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.015>
- Hasbi, R., & Hadi, S. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada portobello cafe semarang (studi kasus pada konsumen portobello dikota semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1074–1084. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30605>
- Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science and Medicine*, 292(3), 114523. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114523>
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, P. N. (2021). (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal INOVATOR Magister Manajemen Pascasarjana UIKA*, 10(2), 138. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR/index>
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. New York: John Wiley & Sons.
- Irzaldi Yazid, & Wahyu Hidayat. (2020). pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian (apotek k-24 jl. gadjah mada yogyakarta). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Apotek k-24 Jl. Gadjah Mada Yogyakarta)*, 40.
- Jhantasana, C. (2023). *Should a rule of thumb be used to calculate PLS-SEM sample size*.
- Khaira, N., Farhan Saputra, & Faroman Syarief. (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>

- Kholik, A., Maulida, S., Suganda, A. D., Hanika, I. M., Ismainar, H., Muniarty, P., Marlina, H., Merung, Y. A., & Nufus, H. (2020). *PERILAKU KONSUMEN ruang lingkup dan konsep dasar*.
- Kotler, P. (2014). *MARKETING* (Issue October). <https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9320-5>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Kotler, P. (2023). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 16th ed. Pearson Education.
- Lisda, R., & Ariana, O. (2020). Manajemen Pemasaran. *Buku Referensi*.
- Mananeke, A. L. P. W. L., & Sepang, J. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI BENTENAN CENTER SONDER MINAHASA. *EMBA*, 2(3), 1737–1749.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- MUKTI, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–246. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>
- M.J., B. 1992. Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*. 56(2):57.
- Nasution, A. E., Pratami, L., Muhammad, P., & Lesmana, T. (2019). *Analisis Pengaruh Harga , Promosi , Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan*. 1(1), 165–173.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., ... & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Olaniyi, O. O., Shah, N. H., & Bahuguna, N. (2023). Quantitative Analysis and Comparative

- Review of Dividend Policy Dynamics within the Banking Sector: Insights from Global and U.S. Financial Data and Existing Literature. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 23(23), 179–199. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2023/v23i231180>
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen studi kasus 212 mart cikaret. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L. L. Berry. 1985. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*. 49(4):41.
- Pratiwi, R. A., Ananta, F. R. U., & Kdi, D. C. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Citra Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Desain Interior (Studi Pada Some Renders Madiun). *Citaconomia : Economic and Business Studies*, 01(01), 17–30.
- Ramadhan, A. F., & Ratnawili, R. (2024). PENGARUH DESAIN INTERIOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Restoran Lavenrice Bengkulu). *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 5(1), 211–220. <https://doi.org/10.36085/jems.v5i1.5962>
- Raymond, nur ipan bahri. (2021). pengaruh promosi desain tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kopi si setara coffee batam. *Nur Ipan Bahri*, 34, 1–10.
- Ristiani, I. Y. (2020). Manajemen pelayanan publik pada mall pelayanan publik di Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat. *Coopetition*, 11(2), 325691.
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Santoso, T., & Salam, M. A. (2024). Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Sembako Rizkuna Desa Karang Sentosa. *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 5(1), 22–31.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Buku Metode Penelitian Komunikasi.pdf* (Sunarto (ed.)). alfabeta, bandung. Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Swimbawa, M. K., & Lemy, D. M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Awareness, Brand Image dan Brand Loyalty Pesona Indonesia. *Bulletin of Community Engagement*, 3(2).
- Thunberg, S., & Arnell, L. (2022). Pioneering the use of technologies in qualitative

research— A research review of the use of digital interviews. *International Journal of Social Research Methodology*, 25(6), 757–768.

<https://doi.org/10.1080/13645579.2021.1935565>

Ummah, M. S. (2019). KUALITAS PRODUK, MEREK DAN DESAIN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 114. [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBE)

[8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBE](http://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBE)
TU NGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Wijayanti, S. N., & Lestari, B. (2023). *Pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada layanan gofood.*

Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pelanggan sinestesa coffeeshop pati). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(c), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>

yusuf tojiri, diki hidayaturrahman. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Applied Business and Administration Journal*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.49>