

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, Desy. (2019). "Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Stars." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga JPTN*, vol. 07.
- Amirullah. (2021). *Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran, Disusun Sesuai Rencana Pembelajaran Semester*. Indomedia Pustaka Sidoarjo.
- Aprianda, D., Pitriyani, P., & Halim, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Equitas Merek, Persepsi Konsumen, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Pondok Cendana Rantauprapat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 5165-5176.
- Arianto, D. P. H., and B. Satrio. (2020). *Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(6), 1-23.
- Asih, P. S., et al. (2021). *Analisis Faktor - Faktor Yang mempengaruhi keputusan pembelian produk fastfood KFC di kota Sorong (studi kasus Mega Mall Kota Sorong)*. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(3), 352-356.
- Baskoro, D. A., & Mahmudah, F. (2021). Pengaruh Harga dan Suasana Café terhadap Keputusan Pembelian. *GARUDA (Global Research on Tourism Development and Advancement)*, 3(2), 136-162.
- Bartschat, M., Cziehso, G., & Hennig-Thurau, T. (2022). *Searching for word of mouth in the digital age: Determinants of consumers' uses of face-to-face information, internet opinion sites, and social media*. *Journal of Business Research*, 141, 393-409.
- Budiono, A., and O. M. Siregar. (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*, vol. 2, no. 4, pp. 376–386.
- Darmawan, D. 2019. *The Effect of Customer Satisfaction on Trust and Customer Loyalty*, *Management & Accounting Research Journal*, 3(2), 1-8.

- DAM, S. M., & Cuong, T. (2021). *Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585-593. doi: <https://doi.org/10.13106/JA-FEB.2021.VOL8.NO3.0585>
- Effendy, F. H. (2019). "Effect of Quality Service, Price and Store Atmosphere on Customer Satisfaction (Study on Cangkir Coffee Shop in Surabaya)." *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, vol. 3, pp. 123–148, <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i2.2033>.
- Faritzal, A., and F. Ibrahim. (2021). "Price and Product Geographic Origin Influencing Purchase Decisions and Acceptance of Dell Pcs in Indonesia During Covid19." *REVIEW OF INTERNATIONAL GEOGRAPHICAL EDUCATION*, p. 3.
- Fauziah, Y., et al. (2023). "Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48-64.
- Fitrianna, H. (2022). Pengaruh Price Perception, Store Atmosphere dan Product Diversity terhadap Purchase Decision Produk Starbucks Coffee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 747-753.
- Ghozali, I. (2012). *No Title partial Least Square: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Smartpls 3.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, and Dan Hengky Latan. (2020). *Partial Least Squares - Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0*. UNDIP.
- Hair, dkk. (2014). *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition 6*.
- Hair, Et Al. (2017). *A Prime On Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS – SEM) 2th Edition*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne: SAGE.
- Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson. (2018). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. United Kingdom: Pearson Education, Inc
- Haryani, D. S., et al. (2024). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE SHOP SAMANKO*

TANJUNGPINANG. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(8), 1583-1594.

Hamirul, A. (2020). *Good governance dalam perspektif kualitas pelayanan publik*. Pustaka Learning Center.

Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review*, 2(1), 7–23. <https://doi.org/10.1108/PRR-08-2017-0034>.

Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *AdministrasiBisnis(e-Journal)*, 7(1), 67–74. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1>

Isa, M., & Istikomah, R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan di Kota Surakarta. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 21(2), 98–110.

Indrasari, Meithiana, (2019) *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Irwansyah, dkk, and M. Bhakti Persada. Indrasari (2019) *Perilaku Konsumen*. Widina.

Khaira, N., et al, (2022). “Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman.” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, vol. 2, no. 3, pp. 24–30.

Khayru, R. K., et al. (2021). “Pengamatan Loyalitas Merek Obat Herbal Berdasarkan Kemasan Dan Harga.” *Jurnal Simki Economic*, vol. 4, no. 2, pp. 121–132.

Kotler, P., et al, (2016) *Marketing Management*. 14th ed., Erlangga, <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Global Edition (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>

Kotler, Philip and Garry Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Edisi Keenam. ANDI.

Yogyakarta

- Kurniawan, Albert. (2019). *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis*. Alfabeta.
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PADA VEREL BAKERY AND COFFEE. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 184-190.
- Maharani, A., and F. Saputra, (2021) "Relationship of Investment Motivation , Investment Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest." *Journal of Law Politic and Humanities*, vol. 2, no. 1, pp. 23–32.
- Marantika, W. (2020) Pengaruh Kualitas Produk, Word of Mouth, Dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Pengunjung Toko Amigo Pedan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 114-127.
- Marbun, M. B., et al. (2022) "PENGARUH PROMOSI." KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN, vol. 3, no. 2, pp. 716–727.
- Muflihah, K. S., and J. Khalid. (2024) "Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Nako Bogor." *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, vol. 3, no. 4, pp. 524–533.
- Muslimin, S., et al.(2020) "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam." *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, vol. 1–11.
- Noviyanti Hulu | Amril | Hayunimah Siregar. (2019). The Effect of Price and Location on Purchasing Decisions at the Swalayan Maju Bersama MMTC Medan. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development* , 3(6), 9–16.
- Nurjaya, N., Erlangga, H., Oktarini, R., Sunarsi, D., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Wahana Motor Di Wilayah Cianjur. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i2.11044>
- Naldi, A. (2020) *LANDASAN KONSEPTUAL PERENCANAAN DAN PERANCANGAN ARSITEKTUR PUSAT KULINER DI KOTA PADANG*

DENGAN PENDEKATAN SENSE IN ARCHITECTURE.

- Novita, S., et al. (2022) “Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Online Shop.” *Manajemen Keuangan Syariah*, vol. 2, no. 1, pp. 51–61, <https://doi.org/10.30631/makesya.v2i1.1215>.
- Nuraini, F., and I. Novitaningtyas.(2022) “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Cabang Magelang.” *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, vol. 3, no. 2, pp. 50–57.
- Paludi, S., and R. Juwita.(2021) “Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.” *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, vol. 18, no. 01, pp. 41–53.
- Pasha, K., and B. Hadibrata. (2019) *The Impact of Brand Awareness, Brand Association and Perceived Quality on Consumer Purchase Decision of Sampoerna A Mild Products*. <https://doi.org/10.21276/sjef.2019.3.1.9>.
- Pulungan, F. A., et al. (2023) “Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian KFC Di Pematangsiantar.” *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, vol. 5, no. 1, pp. 35–46.
- Peter, J Paul and Jerry C Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani Edisi Kesembilan Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Prihatna, Diky Dwi Yoga, And Fajar Purwanto. 2021. “The Effect Of Price Perception, Product Quality, And Brand Awareness On Buying Intention Jombang Blimbing Powder Coffee.” *Journal Of Marketing And Business Research* 2(2):143–52.
- Putri, I. A., Fauzi, A., Renaldy, A., Syaridwan, A., Ningrum, D. A., Putri, N. M., & Putri, S. A. (2022). Pengaruh Strategi Viral Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Literatur Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(2), 168-175.
- Rasyidi, M. N. (2019). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan* , Edisi Januari-Juni 2019 Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Promosi Terhadap Keputusan

- Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan “ Andina ” Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provi. 8(1).
- Rafli, R. A., and E. Tjahjaningsih.(2022) “The Influence Of Product Quality, Price Perception, And Location On Purchase Decisions And Their Impact On Consumer Satisfaction Promise Souls Mall Tentrem Semarang Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Da.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, vol. 3, no. 4, p. 25052516.
- Ramli, R. A. L. P. (2020)“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Toyota Yaris Di Wilayah Batam.” *BENING*, vol. 7, no. 1, pp. 43–52.
- Retnowati, E., et al. (2021)“Pengaruh Pencapaian Kepuasan Konsumen Rumah Makan Berdasarkan Kesan Kualitas Produk Dan Harga.” *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, vol. 4, no. 2, pp. 1382–1389.
- Ritonga, A. W., Syahputra, R., & Halim, Abd. (2023). Statistical Analysis to View Information Regarding The Influence of Brand Image, Satisfaction, Word of Mouth, and Price on The Purchase Decision of Avanza Brand Cars (Case Study of Showroom Consumers Fahmi’s Used Car). *JINAV: Journal of Information and Visualization*, 4(1), 108–116. <https://doi.org/10.35877/454ri.jinav1526>.
- Rivai, J. (2021) “The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa.” *Journal of Business and Management Studies*, vol. 3, no. 2, pp. 31–42.
- Religia, Y., Pebrian, Sriyanto, A., & Setyarko, Y. (2023). PERAN PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Toko Buku Gunung Agung, Jakarta). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 12(1), 52–63.
- Sari, M. A. (2021) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Bangunan Bagus Jaya Putukrejo Kabupaten Nganjuk*.
- Sarstedt, M., and J. Cheah. (2019) “Partial Least Squares Structural Equation

- Modeling Using SmartPLS: A Software Review.” *Journal of Marketing Analytics*, vol. 7, no. 3, pp. 196–202.
- Savira, Y., and T. A. Putro.(2020) “Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Bangunan UD Triputra Selaras.” *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, vol. 5, no. 1, pp. 81–93.
- Sekaran, U., and Roger Bougie.(2017) *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*. Salemba Empat.
- Sefnedi. (2019). The Impact of Service Quality on Banking Customer Loyalty: the Role of Satisfaction and Switching Costs As Mediator. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(1), 1–8. <https://doi.org/10.31846/jae.v7i1.191>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business (Seventh Ed)*.
- Singh, D., Fida, B. A., Ahmed, U., & Al-Balush, Y. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 1-10.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Siregar., Noviyanti Hulu |. Amril |. Hayunimah.(2019) “The Effect of Price and Location on Purchasing Decisions at the Swalayan Maju Bersama MMTC Medan.” *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, vol. 3, no. 6, pp. 9–16.
- Sopiyan, P.(2022) “Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol. 13, no. 2, pp. 249– 258.
- Supu, L. P., et al.(2021) “Pengaruh Harga Produk, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung Di Manado.” *Bisnis Dan Akuntansi*, vol. 9, no. 3, pp. 919–928.
- Suryani, S., and S. S. Rosalina. (2019) *Pengaruh Brand Image , Brand Trust , Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn*

Indonesia. Journal of Business Studies, 4(1), 41-53.

- Sutiyono, R., and Baruna Hadibrata.(2020) “THE EFFECT OF PRICES.” *BRAND IMAGES, AND AFTER SALES SERVICE REINFORCED BAR STEEL PRODUCTS ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS OF PT. KRAKATAU WAJATAMA OSAKA STEEL MARKETING. Jurnal Internasional Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial Dinasti* , 1 (6), 947-967.
- Sutrisno, R. I., and D. Darmawan.(2022) “Pengaruh Promosi Penjualan, Diversifikasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, Jurnal Manajemen.” *Bisnis, Dan Kewirausahaan*, vol. 2, no. 1, pp. 1–12.
- Tjahjaningsih, E., & Marlien, R. (2022). The Effect Of Promotion, Store Atmosphere And Service Quality On Purchase Decision : The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Ekonomi dan Kesehatan Masyarakat* , 1 (1), 19-30.
- Tjahjaningsih, E., Fifaldyovan, M. I., Cahyani, A. T., & Rivai, A. R. (2022). Peran WOM Sebagai Variabel Intervening Pada Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 240-249.
- Tjiptono, F. (2019). *Prinsip-prinsip total quality service*.
- Tobing, O. H. L., and B. Setiawan.2020 “Pengaruh Persepsi Harga, Varian, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi:(Survey Persepsi Mahasiswa IBIK Bogor.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, vol. 8, no. 2, pp. 95–104.
- Utomo, P., and A. Maskur.(2022) “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan (Studi Pada Pelanggan Antariksa Coffeeshop Semarang.” *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, vol. 17, no. 1, pp. 40–60.
- Wirtz, J., and C. Lovelock. 2011 “Service Marketing People, Technology, Strategy.” *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, Seventh, Prentice-Hall, <https://www.researchgate.net/publication/263523474>.
- Wulandari, N. L. D., et al. (2021)“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Untuk Mendorong Keputusan Pembelian Di El Crudo Canggu.” *Nilai*, vol. 2, no. 2.

- Yasri, Y., et al. (2020) “Price Perception and Price Appearance on Repurchase Intention of Gen Y: Do Brand Experience and Brand Preference Mediate?” *Heliyon*, vol. 6, no. 11.
- Yudha, D. M. P. A., et al.(2020) “Pengaruh Store Atmosfer, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Wapress JK Pernalang.” *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, vol. 12, no. 1, pp. 18–26.
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 559-573.
- Yusnita, R. T., and N. F. Oktaviani.(2023) “Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Ali Jaya Meubel.” *JCEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, vol. 2, no. 6, pp. 592–595.

