

mendapatkan konsumen baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Desi Peburiyanti, S. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggaraong. *JEMI/Vol.20. /No1./JUNI/2020*, 20(1), 29–39.
- Devlin, D., & Firdausy, M. (2020). *Pengaruh Estetika Pada Minat Konsumen Terhadap Pembelian Smartphone Xiaomi di Jakarta Barat*. II(4), 906–913.
- Faroh, W. N. (2017). Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Ilmiah Prodi Manajemen*, 4(2), 3–24. Harga, Promosi, Pelayanan, Keputusan Pembelian
- Faroh, W. N. (2018). *Pembelian Bahan Bangunan Di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018*. 2(3), 111–120.
- Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurna Administrasi Bisnis*, 60(1), 163–171.
- Le-Hoang, P. V. (2020). The Relationship Between Aesthetics, Perceived Value and Buying Intention: A Literature Review And Conceptual Framework. *Independent Journal of Management & Production*, 11(3), 1050. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v11i3.1076>
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455–463.
- Nozdrenko, E. A. (2018). The Aesthetic Concept Of Marketing As A Factor For The Development Of Modern Consumer Culture. *Journal of Siberian Federal University - Humanities and Social Sciences*, 11(2), 299–305. <https://doi.org/10.17516/1997-1370->

- Rahmawati, D., Pardian, P., Setiawan, I., Sadeli, A. H., Agribisnis, P. S., Pertanian, F., & Padjadjaran, U. (2021). *Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Dalam Situasi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Work Coffee Indonesia Di Bandung) Coffee Shop Marketing Communication In Covid-19 Pandemic Situation (Case Study Work Coffee Indonesia in Bandung)*
- Rahmawaty, P. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 89–98. <https://doi.org/10.21831/jim.v12i1.11744>
- Safitri, D., Nurikhsan, F., Indrianie, W. S., & Indrianie, W. S. (2019). Fenomena Coffee Shop Di Kalangan Konsumen Remaja. *Widya Komunika*, 9(2), 137. <https://doi.org/10.20884/wk.v9i2.1962>
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal*, 1(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. PUSTAKABARUPRESS.
- Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>