

## DAFTAR PUSTAKA

- Adipramita, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Perhiasan Emas Lancar Jaya Sekaran Lamongan. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 80–90. <https://doi.org/10.30996/jem17.v4i1.2916>
- Aeni, S. N. (2022). *Memahami Karakteristik dan Ciri-ciri Generasi Z*. Katadata.co.id.
- Agustina, I., Wirawan, R., & Irdiana, S. (2019). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Di Kecamatan Lumajang. *Proceedings Progress Conference*, 2(1). <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/45>
- Ambarwati, S., & Isnugroho, E. (2018). Pengaruh Perceived Risk, Cost Saving, Dan Time Saving Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pembelian Tiket Pesawat Online Di Situs WWW.Tiket2.COM. *Journal of Tourism and Economic*, 1(1), 10–18. <http://jurnal.stieparapi.ac.id/index.php/JTEC/article/view/17/0>
- Arif, M. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online*. 111–122.
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291–303. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.478>
- Budiansyah, B., & Hutauruk, B. M. (2019). *Pengaruh Citra Rasa, Harga Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bekasi Timur*. 1–11.
- Bukhari, E., & Ramadhan, A. (2020). Analisis Komparasi Penghasilan Driver Go-Jek Dan Grab Terhadap Standar Upah Minimum Regional Kota Bekasi Pada Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 26–31. <https://doi.org/10.31599/jiam.v16i2.293>
- Deisy, M., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai Â Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Badan Penerbit-Undip.
- Hair, J. F., Anderson, Thatam, & Black, W. .(1998). *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall.
- Handayani, M., & Rianto, M. R. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1858–1865.
- Harahap, L. K. (2020). SEM (Structural Equation Modeling) Analysis With SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1-11.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS* (H. Mintardja (ed.)). Luxima Metro Media.
- Herlindawati, D. (2015). Pengaruh Kontrol Diri, Jenis Kelamin dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(2), 158–169. <https://doi.org/10.26740/jepk.v3n2.p>
- Hindarsah, I., Nurjaya, Sunarsih, D., Pratama, A., Arianto, N., Purwanti, Y., Kasmad, & Oktarini, R. (2021). The Influence of Service Quality, Emotional Marketing and Spiritual Marketing On Customer Satisfaction. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 3685–3689. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i3.1650>
- Hussein, A. S. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares dengan SmartPLS 3.0. *Universitas Brawijaya*, 1, 1–29. <https://doi.org/10.1023/A:1023202519395>
- Indrawati, B., Wijayanti, M., & Yuniati, T. (2021). Analisis Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berimplikasi pada Loyalitas Pelanggan Gofood di Kota Bekasi. *Optimal : Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(2), 59-76.
- Janah, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pad Dewi Hijab. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(April), 1-20.
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing, Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.CO Donuts & Coffee Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 11, 1–7. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002->

7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/

- Kurniati, A., & Ribowo, D. (2021). Pengaruh *Brand Image* Dan *Social Media Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Melalui Tokopedia (Study kasus pada kampus di Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen*, 08(1), 162–181. <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/manajemen/article/download/838/777>
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi. *Ekobis Dewantara*, 1, 1–10. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>
- Kusmana, C., Setyobudiandi, I., Haryadi, S., & Sembiring, A. (2021). *No Title* (D. A. Lestari (ed.)). PT Penerbit IPB Press. [https://books.google.co.id/books/about/Sampling\\_dan\\_analisis\\_bioekologi\\_sumber.html?id=Qmo1EAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gb\\_mobile\\_entity&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books/about/Sampling_dan_analisis_bioekologi_sumber.html?id=Qmo1EAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gb_mobile_entity&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Kusuma, T. M., & Hermawan, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 18(2), 176–180.
- Masitoh, K.-S. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang di Kantor Pos Pati 59100. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 1-20.
- Mongisidi, S. J., Sepang, J., Djurwati Soepeno, Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square) Effect of Lifestyle and Price on the Decision of Purchase of Nike Shoes (Case Study of Manado Town Square). *Emba*, 7(3), 2949–2958.
- Narayana, K. G. S., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1962. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p16>

- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan)*. 1. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>
- Perdana, R. N., Rinaldo, J., & Yulistia. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe El's Coffee di Padang*. 3(4), 814–824.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>
- Putri, A. N. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Resiko, Manfaat Dan Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Refiani, S. A., & Mustikasari, A. (2020). Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada This! By Alifah Ratu Tahun 2020. *EProceedings of Applied Science*, 6(2), 2753–2758.
- Rianto, M. R., Sari, R. K., Sulistyowati, A., Handayani, M., & Woestho, C. (2020). Indonesian demographic bonus: Determinants of intention to use the cellular applications of tourism in Indonesia's millennial generation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(2), 1–13.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 92–121.
- Saluy, A. B., & Kemalasari, N. W. (2017). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan pt. Xyz. *Seminar Ekonomi Dan Bisnis ...*, 1(1), 1–10. <https://ojs.ekonomi-unkris.ac.id/index.php/SNEBIS/article/view/210%0Ahttps://ojs.ekonomi-unkris.ac.id/index.php/SNEBIS/article/viewFile/210/339>
- Sari, D. R. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Otw Coffee Shop Kota Kediri. *Simki-Economic*, 1(1), 1-8.
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563–1571. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1563-1571>

- Sebriyanti, L., Wardianto, K. B., & Harori, M. I. (2021). *Pengaruh Lingkungan Sosial dan Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsutif (Studi Pada Mahasiswa Fisip Universitas Lampung yang Berbelanja secara Online)*. 1, 294–301.
- Sejati, B. S. A., & Yahya. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* ISSN: 2461-0593, 5(3), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/567/576>
- Silaban, B. E., & Rosdiana, D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Online Shop Sociolla. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 202–224.
- Soebakir, B. D., Lumanauw, B., & Roring, 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.
- Soehardi, Wijayaningsih, R., Jumawan, Winarso, W., Nursal, M. F., & Adi Fikri, W. N. (2021). Model Peningkatan Keputusan Konsumen Melalui Kualitas Produk, Harga Dan Food Safety Umkm Ikan Asin Panimbangan Banten. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1) 156-169.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta, Cv.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendektan Kuantitatif*. Yogyakarta : Pustakabarupress.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustakabarupress.
- Tendur, S. T. ., Hutabarat, V. V., & Tumbelaka, S. S. . (2021). Price Perception, Service Quality and Customer Satisfaction (Empirical Study on Cafes at Tondano City). *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*, 4(3), 19–31. <https://doi.org/10.32535/ijthap.v4i3.1196>
- Widiyanti, D., & Harti, H. (2021). Pengaruh Self-Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Kekinian Pada Generasi Milenial Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 50–60. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.50-60>
- Winarso, W., Nursal, M. F., & Prasetyo, E. T. (2018). Analisis Strategi Penetapan Harga Produk Usaha Kecil Dan Menengah Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pedagang Bakso di Bekasi Utara). *Journal for Business and Entrepreneur*, 2(1), 2.

- Xu, F., Huang, S. S., & Li, S. (2019). Time, Money, or Convenience: What Determines Chinese Consumers' Continuance Usage Intention and Behavior of Using Tourism Mobile Apps? *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 13(3), 288–302.
- YOSEPHA, S. Y. (2021). Determinan Penggunaan Media Sosial, Kreativitas dan Pelatihan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Coffee shop di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 165–181. <https://doi.org/10.30656/jm.v11i2.3878>
- Yuana, D. (2018). Pengaruh Harga, Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(12), 1–22.
- Yulianingrum, A., Rianto, M. R., & Handayani, M. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pendapatan dan Perilaku Keuangan Terhadap Kepuasan Keuangan Pada Tenaga Harian Lepas Satpol PP di Kabupaten (X). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 17(1), 1-13.
- Yusnani, & Sutrisna, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Umroh Pada Pt. Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru. *Jom Fisip*, 5(2), 1–17.
- Zadi, B. S., Hidayati, N., & Riza, M. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata Pada Kotoba Tour And Travel Blitar. *E – Jurnal Riset Manajemen*.
- Zubaidi, M. A. (2019). *Pengaruh Perilaku Konsumen Muslim Berdasarkan Konsep Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Go-Food (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Brawijaya)*.