

## REFERENSI

- Afifah Fathiin, dkk. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk di Waroeng Spesial Sambal “SS” Condongcatur Timur. *Journal of Culinary Education and Technology*, Vol 7, No, 1–10. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/boga/article/view/13404>
- Ansori. (2020). Pengaruh Kepercayaan Customer, Gaya Hidup dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Customer Gerai PT. Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo di Masa Pandemi COVID19. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Damayanti, A., Nurcholisa, E., Alawiyah, S. D., & Gunawan, A. (2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN COFFE SHOP DI CIKARANG. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 177–183.
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinely, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Cafe KuroKoffee Ciumbuleuit. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 76–82. <http://hdl.handle.net/123456789/9692>
- Dwi Putra Hendro ariantoro & Budhi. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–23.
- Elbahar Chandra, S. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KADATUAN KOFFIE THE*. 8(1), 1–8.
- Fatih, M. R. I., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Kawula Muda Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(10), 2756–2774.

<https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.902>

- Gabriella, T. P., Ellitan, L., & Kristanti, M. M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3946>
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ilyas, M. S. D. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Memilih Coffee Shop Di Kota Bandung Analysis of Factors of Consumer Preferences in Choosing Coffee Shop in Bandung*. 8(4), 3318–3329.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent. Customer Service Excellent*.
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPopConnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39–50.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Lugra Augusta Pranawa, I. P., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>

- Maskan, M., & Utaminingsih, A. (2014). *Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Di Terminal Arjosasi Kota Malang*. 1(1), 23–42.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus Alfamart di Kota Malang). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(2654–6493).
- Pangenggar, G., Hidayat, W., & Nurseto, S. (2019a). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Pangenggar, G., Hidayat, W., & Nurseto, S. (2019b). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Warung Kopi Tunjang Cafe and Restaurant Semarang). *Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi Dan Media Informasi Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan Pada Hotel Ciputra Di Kota Semarang*, 33(6), 621–637.
- Pertiwi, M. I., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Baker's King Donuts & Coffe di MX Mall Malang)*. 37(1), 179–186.  
<https://www.neliti.com/publications/87183/pengaruh-bauran-pemasaran-terhadap-keputusan-pembelian-survei-pada-konsumen-bake>
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati. (2017). *Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor*. 14, 16–23.  
<https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, ISBN: 979-8433-64-10. In *Alfabeta* (Issue 465).
- 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>
- Ramadani, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 36–46. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.540>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D , (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. In *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet. In Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sujarweni, Wi. (2019). *Spss untuk penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Winarso, W., Supardi, S., Azizah, A., Kuswantinah, K., Su'aidy, S., & Untari, D. T. (2022). Optimization of the Ahp Method in Determining the Location of Touristdestinations on the Island of Java, Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 7(3), 1–7. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i3.440>