

DAFTAR PUSTAKA

- Adib, F. S. F. (2022). Pengaruh Harga dan Suasana Cafe Serta Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Vlorry Café Samarinda *SKRIPSI*. 33(1),
- Adjie Opa, S., & Astuti, M. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), Cet. XXII (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 120. Sugiyono, 7(2), 120.
- Agusti, A. R. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Grabfood Di Jakarta. *Sharia Agribusiness Journal*, 53–
- Al, R., & Jack, T. (2000). *Positioning: The Battle for Your Mind* (20th Anniv).
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2),
- Andrian, et al. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Anna, fisah K. (2024). *Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada cafe sultan factory di kabupaten demak*.
- Ardiansyah, G., & Praswati, A. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Minat Keputusan Pembelian pada UMKM Surakarta. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3919–3935. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.4146>

Asiva Noor Rachmayani. (2021). *STATISTIK KOPI INDONESIA 2021 Indonesian Coffee Statistics*.

Bahrudin, U., & Ramadhan, T. G. (2021). Pengaruh Suasana Toko Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ramayana Department Store Di Kota Serang. *Amal Insani Indonesian Multidiscipline Of Social Journal*, 1(1), 37–51.

Barung, L., Nahak, R., & Clau, V. putri. (2024). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(9), 15814–15821. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i9.14805>

Bella, P. H. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Tahu Bakso Ikan Kakap Bu Ning Semarang Indah Semarang). *Skripsi*.

Bruno, L. (2019). Analisis Pengaruh Strategi Positioning Produk Terhadap Citra Merek Pada Konsumen Sim Card Simpati. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Buana, D., Wijayani, W. W., Nabila, K. M., Zahra, A., Anugrah, R., Prayudha, A., & Astiani, S. (2024). Analisis Jaringan Rantai Pasok (Supply Chain) Kopi Robusta. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 3(2), 181–189. <https://doi.org/10.55826/jtmit.v3i2.371>

Budi, N. A. S. (2020). Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Samsung. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri*

Cahyaningrum, D. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Konter Cm Demak). *Skripsi, FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEMARANG*, 113.

<https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2020/B.111.20.0056/B.111.20.0056-15-File-Komplit-20240229022709.pdf>

Desi Kurniawati, susanti wahyuningsih. (2022). *ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI KOTA SEMARANG*. 01(03), 374–380.

Detanatasya, K., & Maridjo, H. (2022). *Analysis of the Effect of Store Atmosphere, Price Discount, and Sale Person on Impulse Buying, with Shopping Lifestyle and Emotional Response as Mediation Variables Study on UNIQLO Products Consumers in Yogyakarta*. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 6101–6109. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i1.4332>

Ena, Z., & Djami, S. H. (2021). Peranan Motivasi Intrinsik Dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Minat Personel Bhabinkamtibmas Polres Kupang Kota. *Among Makarti*, 13(2), 68–77. <https://doi.org/10.52353/ama.v13i2.198>

Farida, N. (2022). Fungsi dan Aplikasi Motivasi dalam Pembelajaran. *Education and Learning Journal*, 2(2), 118. <https://doi.org/10.33096/eljour.v2i2.133>

Fathorrahman, -. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Brand Image

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nk Café Malang. *Competence : Journal of Management Studies*, 15(2), 215–229.
<https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i2.12518>

Fatimah, S. (2021). *Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Toko Palapa Mebel Di 24 Metro) Metro Lampung Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Toko Palapa Mebel Di 24 Metro) Metro Lampung*.

Hafids, saifuddin Al. (2021). “pengaruh suasana toko dan harga terhadap keputusan pembelian pada kafe The Libarary Malang.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(4), 1–8.

Indah Saraswati, N. M., Hilmiati, H., & Rusminah, R. (2023). Pengaruh Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Ruby Kota Mataram. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 12(3), 262–274.

Ismanto, W., & Dkk. (2022). *THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON PURCHASE DECISION PENDAHULUAN Pada persaingan bisnis yang ketat ini , perusahaan harus bisa bersaing dan memenangkan persaingan . Perusahaan berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan . Agar t. 11*, 200–210.

Jonathan. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Bubble Tea Chatime Lippo Karawaci (Pt. Foods Beverages Indonesia). *Skripsi*, 13.

Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th Editi). Pearson Education.

Kusmadeni, D., & Eriyanti, H. (2021). Pengaruh Harga Kompetitif, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Pasar Rumput Pangkalbalam Pangkalpinang. *Jurnal Manajemen Dan Investasi (MANIVESTASI)*, 3(1), 37–52.
<https://doi.org/10.31851/jmaninvestasi.v3i1.6405>

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>

Mauliddiyah, N. L. (2021). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, PRICE, LIFESTYLE DAN LOCATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Kopi Soe di Kabupaten Nganjuk)*. 6.

Milda Handayani, Rini Wijayaningsih, Harfanly Bramley Munte, W. W. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Ikan CV Laksana Jaya Di Kebalen Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari*, 1(2), 401–407.
<https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0Ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/163>

Mulyana, M. (2019). Segmentasi Pasar, Penargetan Pasar dan Pemosisian.

Universitas Terbuka, 23–29. <https://osf.io/preprints/inarxiv/tcu2/>

Muzzahra, N. R. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Janji Jiwa pada Generasi Z Di Solo Raya*. 1–115.

Nabila Ayu Khairunnisa, Oktini, D. R., & Permana, R. M. T. (2024). Pengaruh Word Of Mouth dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 4(1), 65–72. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v4i1.10199>

Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>

Prihantony, D. I. (2021). Aspek Motivasi dalam Pembentukan Perilaku. *Jurnal Bestari*, 2(1), 35–41.

Puspasari, H., Puspita, W., Farmasi Yarsi Pontianak, A., & Barat, K. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19 Validity Test and Reliability Instrument Research Level Knowledge and Attitude of Students Towards . *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 65–71. <http://ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id/index.php/JK>

RAFIQIL, A. R. (2024). *DIRI TERHADAP PERILAKU KECANDUAN MEDIA*.

- Rahman, M. A., & Arusita, D. R. (2024). STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK (Studi Kasus Pada Toko Batik Benang Raja Surabaya). *Jurnal Baruna Horizon*, 7(1), 32–41. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v7i1.143>
- Rianto, M. R., Zahra, F., Woestho, C., Bukhari, E., & Widjanarko, W. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc di Kota Bekasi. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(1), 598–616.
- Riyanti, E., Silviana, E., & Santika, M. (2020). Analisis Kandungan Kafein Pada Kopi Seduhan Warung Kopi Di Kota Banda Aceh. *Lantanida Journal*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.22373/lj.v8i1.5759>
- Rusniati, R., & Haq, A. (2022). Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik Dan ...*, 22(1), 9–17. <https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/view/1227%0Ahttps://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/download/1227/901>
- Sari Rahmadhani, Abdullah, A., & Kartika, A. (2024). Workshop Pengolahan Data dengan Software SmartPLS Untuk Data Primer dan Sekunder dalam Riset. *Panggung Kebaikan : Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(2), 48–53. <https://doi.org/10.62951/panggungkebaikan.v1i2.331>
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior* (edisi ke-7). Prentice Hall.

Sekarningrum, E. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Kopi, Lokasi, Suasana, Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Di Kedai Kopi Serab*. 1–170.

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/68021/1/E>.

AGUNG SEKARNINGRUM-FST.pdf

Septiana, R. A. (2021). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH (Studi Kasus Konsumen Toko Top Kosmetik Desa Kalangan Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung). *Galang Tanjung*, 2504, 1–9.

Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). *STRATEGI PEMASARAN* (Ansar (ed.)).

Sudrartono, T. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil. In *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* (Vol. 10, Issue 1).

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Sukmo Aji, N. R., & Nobelson, N. (2024). Pengaruh Konten Sosmed, Customer Experience Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Suasana Kopi. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 38–50.
<https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3333>

Syafranuddin, R. A. H., & Rahmanto, E. (2019). Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara (ASN) pada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kutai Timur. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(3), 412–418. 0

- Teriyana, W. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB BELLA SQUARE SECARA ONLINE DI SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di UIN Suska Riau). *Skripsi*,
- Tika Pertiwi, E. (2023). *Pengaruh Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Bisnis Islam*.
- Untari, D. T., & Andrian, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Karoseri PT . Adhikarisma Pratama. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(Maret), 211–222.
- Wati, E. P. (2019). Pembelian Konsumen Di SuryaPengaruh Suasana Toko (Stire Atmosphehe) Terhadap Keputusan Swalayan Bungkal Ponogoro. *Doctoral Dissertation, IAIN PONOROGO*.
- Whilantio, A., & Olivia, F. (2020). Perlindungan Konsumen Terhadap Pelaku usaha yang tidak Menggunakan Kartu Garansi Berbahasaindonesia Berdasarkan Pasal 2 Permendagnomor19Tahun 2009 Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun1999. *JCA Of Law*, 1(1), 38–48.
- Widodo, P. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk,Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan PembelianPada Toko Photocopy Nirwana Ponorogo. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah*, 1–
- Yohana Dian Puspita, & Ginanjar Rahmawan. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier.

Jurnal Sinar Manajemen, 8(2), 98–104.

<https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1644>

