

DAFTAR PUSTAKA

- Alfalisyado, & Haryanto, T. (2023). The Effects of Product Quality, Price, and Product Design on Purchasing Decisions (Study on Electric Motorcycle Owners in Purwokerto). *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)*, 5(4), 438–441. <https://doi.org/10.56338/ijhess.v5i4.4220>
- Anindya Rachma Andanawari. (2014). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Stove Syndicate Cafe Semarang). *Keizai*, 3(2). <https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>
- Ariiq Abiir Miraza. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Milky Way Medan. *Medan Area University Reposetory*, 46.
- Aziz, M. S. N. (2025). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Sosial Media Marketing Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*.
- Harianti Kustina, & Mardika, N. H. (n.d.). *Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di SRC Aliang*.
- Herlambang, E. D. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Surya Coffee Di Kota Purwodadi). *Fakultas Ekonomi Universitas Semarang*, 1–93.
- Irawan, I. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online Dimasa Pandemi Covid-19. *KELOLA: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 9–16. <https://doi.org/10.32509/kelola.v7i1.1409>
- Larasati, N., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Word of Mouth, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 51–60.
- Lucyta, S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk MS Glow). *Jurnal Management Review*, 3(1), 1–22.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, 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>
- Maharani, O. E., & Fitra, J. (2023). Pengaruh Brand Image, Promosi Penjualan, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan*

- Akuntansi (JIMMBA)*, 5(4), 451–464.
<https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i4.477>
- Mappadeceng, R., Tarmizi, A., & Dewita, L. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Citra Merek Kopi Good Day di Kota Jambi. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 44.
<https://doi.org/10.33087/eksis.v15i1.434>
- 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.
- Nia Rahma Astuti, A. N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Nature Leaf Pada Remaja Di Surakarta*. 4(1), 20–31.
- Nova Ardiyansyah, S. P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Mabha Jurnal*, 3(2), 60–69.
<https://doi.org/10.70018/mb.v3i2.43>
- Nuramndani, R., Trifiyanto, K., & Manajemen. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Mix (Studi Pada Mahasiswa Stie Putra Bangsa)*. www.indonesia-investments.com
- Nurchayani, L. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coca-Cola*.
- Rachim, F. A., & , Novi Yantih, I. M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen yang Berdampak Pada Loyalitas (Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan X di Cikarang). *MAHESA : Malahayati Health Student Journal*, 3(11), 3805–3822.
<https://doi.org/10.33024/mahesa.v3i11.11361>
- Risnawati, R. (2021). *Pengaruh Harga , Word of Mouth , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Kenangan Pada Generasi Z*. 9(2), 1–17.
- Saputra, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. *Skripsi*, 23.
https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO_SAPUTRA.pdf
- Sembel Edwin Chrisday, Willem J.F.A Tumbuan, R., & Samandi. (2024). Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Peningkatan Volume Penjualan PT. Oriflame Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 12(2), 148–162.
- Septian, V. D. (2023). Pengaruh Pemilihan Brand Ambassador dan Brand Image Iklan Kopi Good Day Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Semarang. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Siti Marselia, Aisyah Nur Rismayanti, Khalid Iskandar, Indah Dewi Mulyani, &

- Nur Afridah. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Citra Merek, Serta Harga Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Coffee Di Toko Virdasari Desa Sitanggal Kabupaten Brebes. *CiDEA Journal*, 2(2), 160–178. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.1369>
- Stianingrum, Nazah Anggun, & Nurhayaty, E. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Raya Bogor Pekayon. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 4(1), 128–134. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.1.13>
- Sukma Puji Lestari. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pepsodent Di Kecamatan Batu Aji Skripsi*. 53–54.
- Suparti, S., & Evelyn, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan Good Day Mocacino di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(6), 788–802. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i6.166>
- Tan, A., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Coffee Di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(4). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i4.7915>
- Tanuwijaya, W., Tandrayuwana, S., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Minuman Kopi Melalui Motivasi Sebagai Variabel Moderasi Generasi Z Di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(1), 50–58. <https://doi.org/10.9744/jmp.8.1.50-58>