

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, D, Hamir, N., Nor, N. M., Krishnaswamy, J., dan Rostum, A. M. M. (2018). Food Quality, Service Quality, Price Fairness and Restaurant RePatronage Intention: The Mediating Role of Customer Satisfaction. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(17), 211–226.

Agestina, K., dan Susilowati, I. (2019). Analisis Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Konsumen Hanna Kebab di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 110–121.

Albertus, A. H., P. (2021). pengaruh iklan, brand ambassador dan e-service quality terhadap keputusan pembelian jasa ruangguru di Surabaya. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.*

Ayu, A., Suhendar, A., dan Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 492-503.

Anggraini, N. P., dan Suryoko, S. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kosmetik Sariayu Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 359-369.

Arianto, Edi dan Budiarti, Anindhyta, 2019, Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Burger King, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 8, No 11

Arifin, A. (2017). *Pengaruh Harga, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Arikunto, Suharsimi. 2019. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* (Jakarta : Rineka Cipta).

Arnanto, Handy dan Khuzaini, Khuzaini, 2017, Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 6, No 9

Asoloei, (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/download/23511/23168>.



Ayuniah, Putri, 2017, Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah, *Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol 22, No. 3*

Buchari Alma. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. CV Alfabeta. Bandung.

Calistia, M., dan Andy. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tip Top Supermarket Cimone. Emabi: *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis, 1(3)*.
<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>

Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., dan Respati, N. N. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Doctoral dissertation, Udayana University).

Databoks (2021), Pertumbuhan kopi di surabaya, Databoks. Diakses 29 Mei 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/tags/kopi-indonesia>

Deisy, Malonda, joyce L., dan Yunita M. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada Seluruh Gerai Gerai Seluler di IT Manado. *Jurnal EMBA, Vol.6 No.4*, Hal. 2288 – 2297.

Dedy, H. A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal keuangan dan bisnis, 7(3)*, 227-242.

Dian Tika, M. R. (2022). *Pengaruh Promosi Jabatan, Disiplin Kerja dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank BRI Unit Jenggawah Jember* (Doctoral dissertation, UIN KH Achmad Siddiq Jember).

Fachmi, A. (2019). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image dan Lifestyle Terhadap Purchase Decision pada Produk Starbucks. *Jurnal Simki Economic, 6(2)*, 508-519.

Farisi, S. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *The National Conference on Management and Business (NCMAB) 2018*.

Fandy Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran. CV Andi Offset. Yogyakarta.

Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., dan Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Hypermart Puri Indah Jakarta Barat. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumangara*.



Ferdinand, A., 2014, *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. Cetakan 5.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.

Ghozali, Imam, 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Unviersitas Diponegoro, Bandung

Hafni, R. D. (2020). Pandangan Citra Brand Kopi Janji Jiwa Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 12. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7977>

Handayani, Ririn, 2020, *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika, Yogyakarta, hal. 69

Hasbi, H. S., dan Apriliani, R. A. E. P. (2021). pengaruh promosi, harga, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2), 365-371.

Indrasari, M. 2019, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press, Surabaya.

Karyantoro, L. (2021). Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian Aki pada toko Rn Accu di Punggur, Lampung Tengah. *Jurnal Manajemen Bisnis*.

Kotler, P., dan K. L. Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.

____ Gary dan Philip, Armstrong. (2021) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

____ Phillip and Armstrong. 2018. *Principle of Marketing*, 17e Global Edition, Pearson Education Limited. United Kingdom, CM17NA.

____ dan Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.

Maria, M. dan Mido, F. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada pt. hayati pratama mandiri padang. *jurnal ekonomina*, 2(2), 630-640.

Mendrika, G. S., (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Oriflame. Skripsi. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan



Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*,1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>

Mimi S.A dan Daniaty, F. (2017). Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*

Asution, A., Putri, L, dan Lesmana, M. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.

Oktavenia, K. A. R., dan Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone nokia dengan citra merek sebagai pemediasi (*Doctoral dissertation*, Udayana University).

Orville C. Walker, Boyd. Harper W, Larreche, dan Jean Claude (2017). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta:

Pambudi, Angga. 2017. Pengaruh Kredibilitas Perusahaan, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tepung Terigu Pada PT. ISM Bogasari Flour Mills Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Prawi, A. P., Ridwan, S, Ali. 2020. Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian kosmetik sariayu, *Jurnal Business Manajemen, Economic, and Accounting National Seminar*, 1, 383-398

Prawiro, M. (2018). Pengertian Harga: Fungsi, Tujuan, Jenis-Jenis Harga. Retrieved from *Maxmanroe. com*: <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-harga.html>.

Purwati, Astri Ayu, Siahaan, Josua Julius, dan Zulfadli Hamzah, 2019, Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Pekanbaru, *Jurnal Ekonomi KIAT, Vol 30, No. 1*

Putra, J. C., dan Talumantak, R. (2022). pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian di kopi kenangan kota KASABLANKA. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26-39.

Putri, D. P. E., Rismawati, D. A., Lestari, M. S., Pravitasari, N., Saputri, P., Wahyudi, R., & Rahmawati, Y. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace TikTok Shop. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 7(1), 67-92.

Rosita, I.S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan



Pembelian Konsumen (studi kasus pembelian online produk T-shirt samesame clothing. *Jurnal Manajemen dan bisnis* (ALMANA) Vol.1 No.3.

Salsabila, A., dan Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 156-167.

Savira, V. S. N., dan Yulianti, I. (2022). pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada thrift shop. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 1(1).

Sirait, E. (2023). pengaruh electronic word of mouth dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui citra merek (studi pada pengguna smartphone oppo di universitas hkbp nommensen medan).

Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV, Bandung, 60,130,

(2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.

Supriyanto, A., & Widiyanto, G. (2022). Pengaruh Promosi, Ulasan Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Lucky Beauty Store. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 41–55. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/emabi/article/view/1249>

Supri, L.P., (2021). Pengaruh Harga Produk, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Smartphone Samsung di Kota Medan. *Jurnal EMBA* Vol.9 No.3

Suyono, S., Purwati, A. A., dan Cutan, M. (2020). Peran Kualitas Pelayanan, Total Quality Management dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 45–56. <https://doi.org/10.55583/invest.v1i1>.

Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>

Syahputra, R. R., dan Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap di Os Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 81-89

Tanady, E. S., dan Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2)





Taufan, M., & Azhari, M. Z. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Orisinal (Studi Pada Supporter Persib Bandung). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(2), 202-208.

Top Brand Index (2022), Top Brand Coffeshop 2022, Top Brand Index. Diakses 29 Mei 2023 dari [TOP BRAND INDEX 2022 - Fase I - Marketing.co.id](https://topbrandindex.co.id)

Vindiana, A. P., & Lestari, F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Institut Teknologi Indonesia. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi dan Manajemen)*, 16(1), 47-62.

Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian indomie di semarang. *solusi*, 21(1),

Widjaja, Y. R. (2023). pengaruh inovasi produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor. *jurnal sains manajemen*, 5(1), 1-13.