

## DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, M. U., Hasiolan, L. B., & Malik, D. (2018). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo. *Journal of Management*, 4(4), 1-15.
- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiolan, L. B. (2016). Pengaruh Promosi, Harga dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT. *Journal of Management*, 2(2), 1-17.
- Adi, T. B., & Meriana, R. (2019). Analysis of Factors that Affect the Purchase Decision of Wamena Arabica Coffee. *HONAI: International Journal for Educational, Social, Political & Cultural Studies*, 2(1), 59-70.
- Apriliyanto, A. D. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Cekopi MendunganKartasura*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Aswad, S., Realize, & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB*, 6(2), 77-85.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2010). *Retail Management, a Strategic Approach (8th Edition)*. New Jersey: Pearson.
- Budiman, S., & Dananjoyo, R. (2021). The Effect of Cafe Atmosphere on Purchase Decision: Empirical Evidence from Generation Z in Indonesia. *Journal of Asian Finance*, 8(4), 493-490.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Herawati, N., & Sulistyowati, M. (2019). Strategi Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi pada Pelanggan Smartphone Samsung. *Probank: Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 5(2), 214-226.
- Huang, Y. F., & Dang, H. S. (2014). An Empirical Analysis on Purchase Intention on Coffee Beverage in Taiwan. *European Journal of Business and Management*, 6(36), 182-197.
- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: Andi Offset.
- , D. M., & Syahputra. (2017). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 162-171.

- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: 63/KEP/M.PAN/7/2003 Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke-12*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2007). *Retailing Management (4th Edition)*. New York: McGrawHill/Irwin.
- Maulidha, S. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. JNE Samarinda*. Portal Karya Ilmiah Fisip Universitas Mulawarman.
- Muslichah, Widiani, E., & Sinaga, B. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Dawati.
- Purnama, A. A. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Desain Ruangan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi pada Kafe Kopi Serious Surakarta*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Setyawati, W. A., Rifa'i, M., & Sasmito, C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Citra Institusi terhadap Kepuasan Pasien. *MADANI Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan*, 10(2), 50-63.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
- 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*, 3843-3852.
- Syahsudarmi, S. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis di Pekan Baru. *Jurnal Development*, 6(1), 47-60.
- Widyakari, K. M., Pertamawati, N. P., & Yasa, I. M. J. (2020). Pengaruh Produk, Tempat, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Suksma Coffee di Denpasar. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 1-9.