

DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, M. U., Hasiolan, L. B dan Malik, D. 2018. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Dio (Studi Kasus di Area Kabupaten Demak). Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang.
- Adolf, L. P. M, J., Lapian, S.L.H.V dan Tulung, J. E. 2020. *The Effect Of Social Media Marketing And Word Of Mouth On Purchase Decisions At Coffee Shops In Manado*. Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Vol 8 No 1, 126- 135.
- Alim, Silachul Alfinul, M. Kholid Mawardi, dan Aniesa Samira Bafadhal. 2018. Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis. 62(1): 127-134.
- Alma, B. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. 2015. Pengantar Manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Angelyn dan Kodrat, D. S. 2021. *The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision with Brand Awareness as Mediation on Haroo Table. International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)* 1, 16–24.
- Anggraeni, A. R dan Soliha, E. 2020. Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). Al Tijarah. Vol. 6, No. 3.
- Aprillia, D. R dan Mustofa, R. H. 2022. *The Influence of Lifestyle and Product Attractiveness on Purchasing Decisions at Coffee Shop in Blora Regency*. Proceedings of the International Conference on Economics and Business Studies.
- Azizah, U. 2020. Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Produk Tabungan Faedah Brisyariah iB (Survei pada Nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga). Repository IAIN Purwokerto.
- Baisyir, F dan Quintania, M. 2021. Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen. Journal of management. Vol. 5, No. 1.

- Batu, R. L. Situngkir, T. L. Krisnawati, I & Halim, S. 2019. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee Pengarang. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–152.
- Busser, J. A dan Shulga, L. V. 2019. *Involvement in consumer - generated advertising: Effects of organizational transparency and brand authenticity on loyalty and trust. International Journal of Contemporary Hospitality.*
- Dharma, R. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. *Jurnal Ekonomi Teknologi*. Vol. 6 No. 2: 1-11.
- Dhisasmito, P. P dan Kumar, S. 2020. *Understanding customer loyalty in the coffee shop industry (A survey in Jakarta, Indonesia)*. *British Food Journal*.
- Effendy, M. L., Sari, M. I dan Hermawan, H. 2021. Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Kopi Cak Kebo. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*. Vol 8, No 2.
- Ernawati, D. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32.
- Erpiana, N dan Susnonowati, T. 2021. Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Lain Hati (Studi Kasus: Pelanggan Kopi Lain Hati Di Kabupaten Bekasi). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 1 No. 5, 399-408.
- Ervina, V dan Meitriana, M. A. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Merek Moola Pedawa. *Bisma: Jurnal Manajemen*, Vol. 7 No.1, 56.
- Firmansyah, A. 2019. Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Firmansyah, M. A. 2018. Pengantar Manajemen. Edisi ke-1. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Pasuruan:Qiara Medika.
- Garvin, David A. 2016. Alih Bahasa Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran. Yogyakarta.

- Giantika, G. 2019. Pemanfaatan Blog Pribadi Di Instagram Sebagai Media Komunikasi Parenting (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @annisast) *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1-9.
- Giovani, R. R dan Purwanto, S. 2022. Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 11 No. 1, 10-17.
- Griffin, R. W. 2016. *Fundamental of Management*. Cengage Learning.
- Hakim, A. M. 2022. Pengaruh Kualitas Prdouk, Harga, Promosi, dan Tempat terhadap Kepuasan Pembelian Minuman Kopi Susu Kekinian di Xans *Coffee* (Studi Kasus pada Konsumen Xns *Coffee*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Hakim, L. L. 2022. Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada PT. Masa Indah Group Ciamis). *Repository Universitas Galuh*. Ciamis.
- Hamali, A. Y. 2019. *Pemahaman Praktis Administrasi, Organisasi, dan Manajemen*. Edisi ke-1. Jakarta: Prenada Media Group.
- Helianthusonfri, J. 2019. *Belajar Social Media Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Hery. 2018. *Pengantar Manajemen*. Cetakan Pertama. PT Grasindo. Jakarta.
- Hidayati, F. N dan Qomariah, S. N. 2023. Analisis Jalur Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Kopi di Kabupaten Jombang (Studi Kasus: *Coffee Shop Convo*). *Bussman Journal :Indonesian Journal of Business and Management*. Vol, 3 No.2
- Hisam, S. (2018). *Digital Marketing: Pengertian Menurut Para Ahli (Manfaat Kelebihan Kekurangan)*.
- Hurriyati, R. 2018. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Iblasi, N. Bader, D. M. K., & Al-qreini, S. A. 2016. The Impact of Social Media as a Marketing Tool on Purchasing Decisions (Case Study on SAMSUNG for Electrical Home Appliances). *International Journal of Managerial Studies and Research*, 4(1), 14–28.
- Ibrahim, H. M dan Sudaryanto, B. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Nilai Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian

(Studi pada Kedai Kopi “KopiKitaKami” di Kabupaten Temanggung.
International Journal of Research and Review. Vol 7, No. 2.

- Juanim., 2020. Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Juju, U. (2023). Pengantar Manajemen Pemasaran. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Kartikasari, Atika. Albari. 2019. *The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty*. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*. Vol. 3 No. 1, 49-64.
- Kolonio, J dan Soepeno, D (2019). Pengaruh Service Quality, Trust dan Consumer Satisfaction terhadap Consumer Loyalty pada CV Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA* Vol. 7, No. 1.
- Kotler, P dan Amstrong, G. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2019. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2016. Manajemen Pemasaran, Edisi ke-15, Jilid, 1 & 2, Alih Bahasa: Marwan Asri. Erlangga.
- Laluyan, G. I. Wibowo, I. dan Setiorini, A. 2019. Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD.id Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(3).
- Lesmana, R. dan Ayu, S. D. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 2(3): 59-72.
- Mileva, L. & Fauzi, Dh. 2018. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 181–199.
- Morasa, A. A. Wenas, R. S dan Tieleung, M. V. J. 2022. Pengaruh *Experiental Marketing*, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kopi Janji Jiwa Jilid 57 17 Agustus Manado. *Asian EMBA*. Vol.10, No.4.

- Muljono, R. K. 2018. *Digital Marketing Concept*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nurwulandari, A dan Maharani, S. 2020. Pengaruh Harga, Produk, Distribusi dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi *Coffee 19*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. Vol 5, No 3.
- Panjaitan, R. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo.
- Pebrianti, W. Arweni, & Awal, M. 2020. Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ekomi & Sosial*, 11(1).
- Permana, A. W. 2021. *The Influence of Social Media, Brand Awareness, Brand Image, Brand Experience Through Satisfaction and Trust on Purchase Decisions During The COVID-19 Pandemic*. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*. Volume 4 Issue 01, 07-15.
- Qomariah, S. N. Shodiq, J dan Choir, R. U. Analisis Jalur Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Kopi di Kab.Jombang (Studi Kasus: *Coffee Shop Konoa*). *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*. Vol, 3 No.1.
- Riyanti, A. S. 2022. Pengaruh Loyalitas Produk, Harga dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiawa di Nganjuk. Universitas Nusantara PGRI.
- Robbins, S. P., dan Coulter, M. A. 2017. *Management*. 4th edition. Pearson.
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widysari, S. 2020. Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Proceeding SENDIU 2020*, 701–707.
- Sangadji, E. M dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Sihombing, A. R. 2021. Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram dan Keputusan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Donat J.CO Donuts & *Coffee Ringroad City Walks Mall Kota Medan*. Universitas Negri Medan.
- Soegihartono. 2020. Penelitian Keberlangsungan Usaha Ardani Indonesia Sebagai Umkm Berbasis Industri Kreatif. *Jurnal Majalah Ilmiah Solusi*, 161-166.
- Sudarsono, H. 2020. *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.

- Sugiharto, A dan Darmawan, M. F. 2021. Pengaruh Kaulitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa *Coffee* Citra Jaya. Jurnal Papatung. Vol. 4, No 2.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sutrisno, Irwansyah, S. R. Rochmi, A. Wibowo, T. S and Herni Utami Rahmawati. 2022. Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Di Restoran Cepat Saji Mccafe. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* Vol.3 No.6, 4121-28.
- Tauran, R. H , Dwi Retno A, Agustina Shinta H W, dan Riyanti Isaskar. 2022. *The Effect of Social Media Marketing on the Purchae Decision of Kooka Coffee Products Using Bring Image as a Mediation Variabel. Agricultural Socio-Economics Journal.* Vol 22, No 3.
- Tjiptono, F dan Diana, A. 2020. Pemasaran. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, F. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, F. 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andi.
- Wafa, M. N. S. Wahono, B dan Millanintyas, R. 2020. Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Customer Behavior Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Brewog Sound System Blitar). E – JRM Jurnal Ilmiah Riset Manajemen.
- Wirawan, A. A. Sjahrudin, H dan Razak, N. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna *Coffee* di Kabupaten Bone. Jurnal Organisasi dan Manajemen.