

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Ahmad, Nurul, & Budi. (2020). *Pengaruh Media Sosial dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Pada Cak Wang Coffee Shop Jember)*. Jurnal Penelitian Ipteks Vol. 5 No. 1.
- Aji, M. A. N., Fihartini, Y., & Nabila, N. I. (2023). *Pengaruh Lokasi Dan Harga Bahan Bangunan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Bangunan Catur Sakti*. Economics and Digital Business Review. Vol. 4, Issue 2. Page: 521-530.
- Alfira, H., & Tuti, M. (2022). *Pengaruh Model Bisnis Terhadap Daya Saing Melalui Komunitas Online pada UMKM Makanan di Jabodetabek*. Culitaria: Journal of Culinary. Vol. 4, No. 2.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anang, F., & Budi W. M. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Anwar, M. (2019). *Pengantar Dasar Ilmu Manajemen.*, Jakarta: Kencana.
- Ariska, V. D., Maduwinarti, A., & Nasution, U. C. M. (2022). *Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Prima Bakery di Sidoarjo*. Konferensi Nasional Hasil Skripsi. Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945.
- As'ad & Al-Hadid. (2017). *The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity; An Empirical Study on Mobile Service Provider in Jordan*. Journal Integrative Business and Economics Research, Vol. 3. Page: 316.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Awaliyah, F., & Wibowo, T. S. (2021). *Pengaruh Lokasi terhadap Proses Keputusan Pembelian di Cafe Senewen Surabaya*. Journal of Sustainability Research. Vol. 2, No. 1
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Produk Domestik Bruto*. <https://www.bps.go.id> [Diakses pada 11 Juni 2023]

- Daga, R. (2018). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global Research And Consulting Institute.
- Fadhilah, N., Syam A., & Mustari. (2021). *Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Proses Keputusan Konsumen Pathhaya Cafe*. *Jurnal Of Economic Education and Entrepreneurship Studeies*. Vol. 2 No. 1.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan. (2018). *Pedoman Proposal dan Seminar Usulan Penelitian*. Bandung: Universitas Pasundan.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan. (2020). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Bandung: FEB UNPAS.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. Sleman: Penerbit Deepublish.
- Fauji, R., & Syifa P. F. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang*. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*. Vol. 5, No. 2..
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Ferry. 2021. Apa Itu Sosial Media. *Universitas Pasundan*. [Online] 1 Maret 2021. <https://www.unpas.ac.id> [Diakses pada 11 Juni 2023]
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., & Butarbutar, M. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hanif, F. D., Prioyono, A. A., & Dianawati, E. (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Masa Pandemi Covid-19 (Study Kasus Om.Kopi). *Elektronik Jurnal Riset Manajemen* Vol. 12, No. 2.
- Harman, M. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era. Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

- Haryoko, U. B., & Rabani, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Abadi Jaya Motor Bogor*. Jurnal Ilmiah Feasible. Vol. 1, No. 2.
- Hasibuan, M. (2019). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Helinsha, M. (2021). *The Influence of Social Media Instagram Toward Purchase Decision Making Process In Organic Supplyco*. Journal of Communication and Public Relations, Vol. 1, No. 22.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, R., Listya, K., & Setiorini, A. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Jason, M. (2022). *Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business*. South Carolina: Create Space Independent Publishing Platform.
- Koesworodjati, Y. (2021). *Prinsip Dasar Perilaku Konsumen Ancangan Strategi Pemasaran*. Bandung: Universitas Pasundan.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Principle of Marketing*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2018). *Principles of Marketing, Eight European Edition*. London: Pearson Education.
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas UNAS.
- Kuncoro, D. B., Wibowo, E., & Utami, S. S. (2016). *Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*

- Jasa Bengkel Sepeda Motor Cahya Risky Motor*. Jurnal ekonomi dan kewirausahaan. Vol. 16, No. 4.
- Liswandany, F., Supriyono, & Fitriyah, Z. (2022). *Pengaruh Lokasi terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Dolan Kopi Surabaya*. SEIKO: Journal of Management & Business, Vol. 5, No. 2.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marlon, C. (2019). *The Impact of Social Media on the Consumers Purchase Decision-Making Process*. Quartely Journal. Vol. 22, No.4.
- Muabeka, N. (2021). *Pengaruh Lokasi dan Sosial Media terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Chocolat Esberanlor Cafe Sleman)*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Vol. 17 No. 1.
- Nabila, A. G. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika*. Jurnal Kritis. Vol. 5, No. 2.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. Jurnal Common. Vol. 3, No. 1.
- Rahmanto, B. T., Nurjanah, S., & Darmo, I. S. (2018). *Peran Komunitas dalam Meningkatkan Kinerja UKM (Ditinjau dari Faktor Internal)*. JRMB: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis. Vol. 3, No. 1.
- Ramadhan, A. F. P, & Munawar, F. (2022). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Proses Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA). Vol. 6, No. 3.
- Ritonga, H. M., El Fikri, M., & Siregar, N. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. Medan: Universitas Pembangunan Panca Budi.
- Robbins, S. P., Coulter, M. A., & De Cenzo, D. A. (2021). *Fundamentals of Management*. London: Pearson Education.

- Sar, I., & Hidayat, R. (2020). *Pengaruh Lokasi terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs*. *Jornal of Trends Economics and Accounting Research* Vol 1, No. 2.
- Setyaningrum, A. (2020). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Shane, Grace, & Ivoleti (2018). *Impact of Location in Purchasing Decision Process in Manado's Cafe*. *International Conference on Applied Science and Technology (ICAST 2018)*.
- Siew, L. W. (2018). *The impact of Location to Old Town White Coffe Cafe Purchasing Decision*. *Internasional Journal Sup. Chain. Mgt* Vol. 7 No. 4
- Somantri, B., Syawal, N. P., & Wijaya, Z. (2022). *Pengaruh Location dan Social Media Terhadap Proses Keputusan Pembelian*. *Cakrawala Repositori IMWI*. Vol. 5 No. 2.
- Sriyani, Safitri, U. R., & Lisdiana, N. (2022). *Pengaruh Lokasi Dan Media Sosial Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Damandiri Selo Boyolali)*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 10, No. 2.
- Stevenny, C., & Sisilia, K. (2018). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ora Beach Resort*. *e-Proceeding of Management*. Vol. 5, No. 1.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suryana, D. (2021). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Proses Keputusan Pembelian di Gartenhaus Coworking Malang*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 8, No. 1.
- Suryana, P., & dan Tresnawati, N. T. (2020). *Analisis Lokasi dan Media Sosial Pengaruhnya Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Aenk*. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, Vol. 4, No. 1.
- Sutisna, M., Putri, J. S. A, & Sarah, I. R. (2023). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Online Konsumen Pada Masa*

- Pandemi Covid-19*. Jurnal of Business and Economics Research (JBE). Vol. 4, No. 1.
- Tanjung, A. (2020). *Pengaruh Lokasi terhadap Proses Keputusan Pembelian di Cafe Warung Debox*. Jurnal Management Pelita Bangsa. Vol. 5 No. 3.
- Terry, G. R. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Terjemahan: Hamdi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Thian, A. (2021). *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi.
- Umi. (2017). *Model Tipe Perilaku Konsumen dalam Membeli Teh di Kabupaten Sukoharjo*. Agronomika. Vol. 12, No. 1.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2019). *Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram(Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik)*. Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen. Vol. 2, No. 2.
- Wirawan, A. D., Soeprajitno, E. D., & Meilina, R. (2023). *Pengaruh Media Sosial Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Di Toko Legian Nursery*. Simposium Manajemen dan Bisnis. Vol. 2.