

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal Musyadat Cholil. 2018. 101 *Branding Ideas*: Strategi Jitu Memenangkan Hati Konsumen. Quadrant.
- Alfi Fadhillah et al., (2021) Pengaruh Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Flowing Coffee Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 4, No.1, DOI:10.32493/JEE.v4i1.14503
- Ardiansah dan Maharani, (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. CV. Bandung: CV Cendekia Press.
- Aries Budiman et al.,(2022) Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cofeeshop Café Di Karawang *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 6, No.2 DOI:10.55606/jebaku.v3i3.2854
- Arif Hidayat. 2021. *Studi Kelayakan Bisnis*. CV Insan Cendekia Mandiri. 45
- Arini Nur Safitri. 2021. Pengaruh *brand image*, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9.
- Arisandi. 2019. Pengaruh Humor Appeals Terhadap Brand Awareness Pada Iklan Televisi. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(1), 1–8.
- As'ad & Al-Hadid. (2019). *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.
- Atika Mustapa, Rizan Machmud, dan Djoko L Radji. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food. *JAMBURA*: Vol 5. No 1.. DOI:10.22202/jambura.2022.v12.i1.6876
- Avi Dandy Krisna (2021) Dampak Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian di Cafe Merjer Padang *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, Vol.5, No.3 DOI:10.36587/exc.v8i1.912
- Bily et, al (2023) *Adaptation and human rights: a decision by the Human Rights Committee*. Australia CCPR/C/135/D/3624/2019
- Brigitte Olivia Cahya, T.S Reza, dan Dewi Nurbaiti (2021) *The Influence Prices on Purchasing Decision Process Case Study at Identic Coffee Jakarta Pusat* *Majalah Ilmiah Bijak* Vo. 18 No.2 DOI: 10.31334/bijak.v18i2.1770
- Buchari Alma. 2020. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (revisi)*. CV Alfabeta. 150
- Czinkota, Michael R., Masaaki Kotabe, Demetris Vrontis and S. M. Riad Shams. 2021. *Marketing Management, Past, Present and Future, Fourth Edition*. *Springer Texts in Business and Economics*. SPRINGER
- Dyah Eka Pratiwi, Wahyu Hidayat, dan Agus Herman. 2018. Pengaruh Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Mr. K Cafe). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 223–229.
- Dyah Eka Pratiwi, Wahyu Hidayat, dan Agus Herman. 2018. Pengaruh Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Mr. K Cafe).
- Erwin Jusuf Thaib 2021. *Problematika Dakwah Di Media Sosial, Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri*,
- Eusebia dan Dedi (2021)

- Fandy Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran. CV Andi Offset.
- Febila Kusuma and Renny Dwijayanti. 2021. Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 5(1):510-521. DOI:10.22437/jssh.v5i1.14169
- Firmansyah, M.A (2020) Komunikasi Pemasaran. Penerbit Qiara Media
- Fran Supardi, Adil F, Lukman H .2019. Pengaruh Komunitas Pengguna Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Tiger) *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 1 No. 2, 2013 pp. 179-186 STIE Kesatuan ISSN 2337 – 7860
- Hanifah Fathia Salsabila, dan Harti. 2021. Pengaruh Iklan Media Sosial , Electronic Word of Mouth , Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Body. *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya*, 18(4), 722– 732.
- Harman Malau. 2019. Manajemen Pemasaran. Alfabeta Bandung.
- Heri Sudarsono. 2020. Buku Ajar : Manajemen Pemasaran. CV. Pustaka Abadi. 2-3
- Hilal Mahmud, Mohamad ilham Hilal, dan Asmaul Khusna. 2021. Manajemen (Management Fundamentals). Aksara Timur. Manda dan Malik (2020)
- Iklan Dan Harga Terhadap proses Keputusan Pembelian Minuman Konsumen De Nala Foodcourt. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 33–46.
- Ilham Fajri, Mochamad Whilky Rizkyanfi, dan Rizma Ismaya. (2021) The Effect Of Social Media Marketing On Purchase Decisions In Praketa Coffee Shop Purwokerto. *The Journal Gastronomy Tourism* volume 8 issue 2. DOI:10.17509/gastur.v8i2.41922
- Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono, Edward Gagah (2019). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*. ISSN : 2502-7689
- Janet Thiara Sombolnggi, Nova Ch Mamuaya, dan Marice Legi. 2021. Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan TOP Coffee Toraja pada masyarakat Kota Manado. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 78–90.
- Jefri Putri Nugraha, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rohiati, Gazi Saloom, dan Rosmawati. 2021. Teori Perilaku Konsumen. PT. NEM
- Jovian Orlando, dan Lily Harhati. 2022. Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Aa Raffi Fried Chicken Sindang Barang Bogor. *Journal of Accounting and Management Innovation*, 6(1).
- Kanuk dalam Meithiana (2019)
- Khaedir Baharuddin. 2020. Persepsi Masyarakat Mengenai Efektivitas Iklan Retail Modern Indomaret di Kecamatan Biringkanaya. *Journal of Communication Sciences*. 2(2), 117–125. Kiagus Yudi Kurniawan dan Albari (2022)
- Kiagus Yudi Kurniawan dan Albari (2023) Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Varian Produk Merek Apple Lini Terbaru. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan* Vol. 11 No. 1. DOI:10.56456/jebdeker.v2i1.68

- Kotler Philip, dan Gary Amstrong. 2019. *Principles of Marketing 17th ed* (global).
- Kotler Philip, dan Keller. 2016. Manajemen Pemasaran, edisi ke-15, Jilid 1&2, alih bahasa: Bob Sabran. Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller and Alexander Chernev. 2022., *Marketing Management*. Harlow, England: Pearson Education Limited.Krisnandi et.al (2019:4)
- M Noorman Mulyadi (2022 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk keperluan usaha waralaba. *urnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 10 (3), 511-518
- M Rhendria (2020) Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk pada Sentra Oleh-Oleh Makanan di Pasar Wisata Pekanbaru. *jurnal penelitian sosial keagamaan*. Vol 21, No 2.
- Mardalena, dan Sarinah. 2019. Pengantar Manajemen. CV Budi Utama.
- Mauliandini Mufidah, dan Syaeful Bakhri (2023). *The Influence of Social Media Promotion and Price on Purchase Decisions at Reyhani Store*. *International Journal of Economics & Business*. Vol. 1, No. 1. DOI:10.24235/cijeb.v1i1.2
- Meithiana Indrasari. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press.
- Narottama dan Moniaga (2022):
- Nathasya dan Subakti (2020) *The effect Of Pricing on Purchase Decisions Process in Kouloura Coffee International Conference on Biospheric Harmony Advanced Research* DOI:10.1088/1755-1315/729/1/012062
- Nenny Octarinie, dan Rasjid, A. 2021. Analisis Strategi Penetapan Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Semen PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk di Kota Palembang. 1(6).Peter dan Olson
- Novila (2019) *Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image*. SEIKO : *Journal of Management & Business*. Volume 4 Issue 1 (2021) Pages 315 – 330. DOI : 10.37531/sejaman.v4i1.1268
- Of Mouth, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Xiaomi Manado. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 7(4), 551–566.
- Pranata dan Pramudana (2019) Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7(10):5230. DOI:10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i10.p02
- Purboyo, Hastutik, S., Gusti Putu Eka Kusuma, Acai Sudirman Sangadji, Suwandi, Aditya Wardhana, Riani Dewi Kartika, Erwin, Nur Hilal, Syamsuri, Siahainenia, S., dan Novi Marlana. 2021. *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*. CV. Media Sains Indonesia Rafi dan Agung (2018)
- Rahayu. (2022) *MANAJEMEN STRATEGI Konsep Dasar, Teori dan Implementasi*. Penerbit dan Percetakan. NoerFikri.
- Rambat Lupiyoadi. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Salemba Empat, 120
- Ratih Indriyani dan Atita Suri (2020) Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian melalui Motivasi Konsumen pada Produk *Fast Fashion*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No.1. DOI:10.9744/pemasaran.14.1.25-3

- Ratih Indriyani dan Atita Suri. 2020. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian melalui Motivasi Konsumen pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No. 1 Rhenald Kasali (2019)
- Ratna Dwi Jayanti, dan Mochammad Zalaluddin Zuhri. 2017. Analisis Pengaruh Rivian Kojongian, Joyce Lopian, dan Hendra Tawas. 2019. Analisis Pengaruh Word Rudi (2019) Analisis Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Tradisional Di Sumbawa, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol 6, No 3
- Shadli Rolaskhi(2024). *The Role of Social Media Marketing in Purchasing Decisions at Volks Coffee Surabaya. Journal of Law, Social Science and Humanities* Vol. 1, No. 2. DOI:10.55927/jambak.v3i1.9022
- Shane Anneke, Grace Ropa, Ivoleti (2020) *Impact of Price on Consumer Purchasing Decision Process inn Manado's Boulvart Resto and Cafe Service Entities Advances in Social Sciences, Education and Humanities Research*, vol.28 DOI: 10.2991 /assehr.k 200813.019
- Shella et. Al, (2022) *Intellectual capital dan intellectual capital disclosure terhadap market performance* pada perusahaan publik indeks. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia* 20(1):27-36 DOI:10.20885/jaai.vol20.iss1.art3
- Shimp dan Elvera. 2020. *Pemasaran Pariwisata : Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan*. PT Scopindo Media Pustaka.
- Siti Suryani dan Rosalina (2019) Pengaruh *Brand Image, Brand Trust*, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of bussines studies*. Vol 4, No 1
- Solomon, Michael R., Greg W. Marshall and Elnora W. Stuart. 2020. *Marketing Real People, Real Choices. Eleventh edition Pearson Education Limited*. PEARSON.
- Sri Ekowati, Meilaty Finthariasari, dan Aslim. 2020. Pengaruh Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam (Jam-Ekis)*, 3(1), 1–14. Stephen et al., (2019)
- Sri Widyastuti. 2017. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. FEB-UP Press.
- Sufie Halala Ramadhanti. 2017. Pengaruh Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Excelso Jalan Sulawesi No.71 Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 5(1), Hlm: 1-7 Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed.)* Bandung: Alfabeta Widyastuti (2019)
- Wijaya, Ni Putu Nurwita Pratami, Sudrajat, Ricky Kurnain, Tika, Klara, Mulyana Rizal, Nusantara, dan Muhammad Wahid. 2021. *The Effect of Advertising and Price on Process Purchase Decision to Popular Milk Coffee Products. Psychology and Education Journal*, 58(3), 303–310.
- Yafi Faisal dan Raya S. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya pada loket.com. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* Vol. 9, No. 2. DOI: 10.26740/jptn.v9n2.p1181-1187
- Yudhi Koesworodjati. 2023. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Ancangan Pemikiran Strategis*. 17.

- Zeithaml V, Bitner M, and Gremler D. 2019. *Service Marketing (Integreting Customer Focus-Across the Firm) (7th ed.)*. McGraw. Hill Education.25-26
- Zubaidah dan Latief, (2022) Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Sriamur Bekasi. *Jurnal EMT KITA* 6(2):324-333 6(2):324-333 DOI:10.35870/emt.v6i2.674