

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinah, F. (2021). Konsep 4P dan 7P. In *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*.
- Apriliani, D. (2022). Paradiplomasi Provinsi Jawa Barat Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Di Pasar Internasional. *Global Mind*, 4(1), 10–20. <https://doi.org/10.53675/jgm.v4i1.391>
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 117–127.
- Candra, F., Ellitan, L., & Agrippina, Y. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Wizzmie di Surabaya. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(1), 218–237. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i1.2159>
- Cen, cia cai. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk, Dan Merek Terhadap Minat Beli Pakaian di Toko Kimberly. *Jurnal Ekonomika '45*, 9(2), 22–26.
- Chairun Nisya Putri Nandika. (2023). 1) , 2) , 3) , 4). 14(2), 1–9.
- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 3(2), 266. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i2.937>
- Fauji, R., & Pramudita Faddila, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang. *Jurnal Manajemen Bisnis Kreatif*, 35–56.
- Fayol dalam Robbins, Coulter, & R. (n.d.). *Management, Global Edition (Fifteenth Edition, Pearson Higher Education) by Stephen P.*
- Junaedi, I. W. R., Pribadi, F. S., Latif, A. S., Juliawati, P., Sumartana, I. M., Nurdiana, Abdurrohman, Andriani, A. D., Sukmawati, H., Mahanani, E., Fiyul, A. Y., Ariyanto, A., Trinanda, O., & Santoso, R. (2022). Manajemen Pemasaran. In CV. Eurieka Media Aksara.
- Kotler & Armstrong, Balasubramanian, John. (1928). Principles of Marketing. In *The Economic Journal* (Vol. 38, Issue 151). <https://doi.org/10.2307/2224326>
- Kotler & Keller. (1973). Marketing Management. In *Journal of Marketing* (Vol. 37,

- Issue 1). <https://doi.org/10.2307/1250781>
- Kotler, Philip dan Keller. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Ke 15, Jilid 1&2 Alih Bahasa: Bob Sabran ed.). Jakarta: Airlangga.
- Mulyono¹, A., Wahyudi², D., Aziz, M., Rohman³, N., Sunyoto, D., Manajemen, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Janabadra, U. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kursus Pada LKP Delta Di Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(2), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i2.4607/http>
- Ningrum, M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1), 23–35. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.549>
- Novrianda, H., Lestari, L., & Fitri, M. A. (2024). The Effect of Location, Service Quality and Price on Consumer Purchasing Decisions (Case Study on Consumers of Mak Hengky Restaurant Air Manna South Bengkulu). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 723–732. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1.4274>
- Nur Indahsari, L., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 1, 51–60. <https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>
- P. Suryana. (2023). The Effect of Service Quality on Satisfaction and its Implications on Trust. *Transforma Jurnal Manajemen*, 1(1), 46–56. <https://doi.org/10.56457/tjm.v1i1.37>
- Parasuraman, Zeithaml, dan B. (2021). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. In *Managing Service Quality: An International Journal* (Vol. 14, Issue 5). <https://doi.org/10.1108/msq.2004.14.5.436.1>
- Sari, I., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faiz. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 1(2), 74–81.
- Satyagraha, J., Jeje, P., Diantara, S., Ardani, W., Mulyani, P. A., Manajemen, P. S., Mahendradatta, U., & Pemasaran, K. (2025). *Pengaruh inovasi produk dan kinerja pemasaran terhadap keunggulan bersaing umkm di pila kukus made bali*. 08(01), 78–96.
- Solomon, M. R. (2018). Choosing and Using Products (Electronic Version). In *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*.
- Suhartini, E. a. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan Jasa*. 58–74.

- Suryana, P., Fauziah, R., & Yulianti, A. (2024). The Influence of Store Atmosphere and Sales Promotion on Customer Satisfaction and its Impact on Customer Loyalty Coffee Shop Kopilogi. *International Journal of Current Science Research and Review*, 07(01), 257–264. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v7-i1-27>
- Suryana, P., & Tresnawati, T. (2020). Analisis Suasana Toko, Lokasi, Dan Media Sosial Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kopi Aenk. *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, IV, 45–57. <https://doi.org/10.23969/oikos.v4i1.2194>
- Tintin Aininda, & Yudhi Koesworodjati. (2021). Pengaruh Lokasi dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Brainy: Jurnal Riset Mahasiswa*, 2(1), 20–24. <https://doi.org/10.23969/brainy.v2i1.28>
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Umkm, P., & Keunggulan, M. (2024). *THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, MARKETING ORIENTATION, AND ORGANIZATIONAL INNOVATION CAPABILITY ON MARKETING PERFORMANCE OF MSMEs THROUGH COMPETITIVE ADVANTAGE*. 7.
- Viola, Margery, E., & Seri. (2023). Pengaruh harga, promosi, dan word of mouth terhadap minat pembelian konsumen mobil honda PT. Istana Deli Kejayaan (IDK2) Medan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 135–145. <https://doi.org/10.51622/jbm.v1i2.1991>
- Wahyudi, I., Hadi, S. P., & Dewi, R. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Tombo Coffe di Kabupaten Batang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 127–133. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33596>
- Wijaya, C., Kembau, A. S., Tarigan, A., & Vincent, Y. (2024). " Signifikansi Bauran Pemasaran 8P dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Pada Viralitas Mixue Ice Cream & Tea ". November. <https://doi.org/10.30813/digismantech.v4i1.5936.g2951>