

DAFTAR PUSTAKA

- Affifah, Z., & Nurhayaty, E. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Kopi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jung Coffee Bonser Jakarta Timur. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3), 25236–25247.
- Afgansyah, I., & Triyadi. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Bagi Kopi Pengumben Jakarta Barat. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 399–409. <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications* (10th Edition). Cengage Learning.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th Edition). McGraw-Hill.
- Chaerunnisa, K. A., & Safria, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Point Coffee di Kebon Besar Tangerang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 10(3), 249–264.
- Ebster, C., & Garaus, M. (2015). *Store Design and Visual Merchandising Creating Store Space That Encourages Buying* (2nd Edition). Business Expert Press.
- Fandy Tjiptono, & Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction* (4th ed.).
- Gultom, N. C., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Ingat Kopi Kota Sorong. *Productivity*, 3(4), 384–389.
- Hanan, F., & Busman, S. A. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Di Sumbawa Besar. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 10–13.
- Hapsari, S., Welsa, H., & Susanto. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi (Coffee Wae). *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(7), 419–426.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (13th Edition). Pearson.
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Cetakan ke 4). Alfabeta.

- Indah, I. F., & Gendlasari, G. G. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Café Story House di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan* , 4(1), 21–30.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson.
- Kharisman, A. W., Setiawan, D. A. R., Ubaidilah, A. Z., & Wiraseni, I. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Konci Cimahi. *JEMPER(Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 5(2), 96–108. <http://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/jemper>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th Global Edition). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th Edition). Pearson.
- Levy, M., Weitz, B. A., & Grewal, D. (2019). *Retailing Management* (10th Edition). McGraw-Hill Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th Edition). World Scientific Publishing.
- Maulana, N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Pojok. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 2040–2049. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.1435>
- Modokomit, M. R., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3 AM Coffee Manado. *Productivity*, 3(6), 520–524.
- Philip Kotler, & Gary Amstrong. (2018). *Principles of Marketing* (17th edition).
- Pratama, M. D., & Paludi, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Nirwana Coffee Space Bojonggede. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)* , 17(3), 1149–1164.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Rada, N. K., & Efriyanti, F. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafeku Lampung Tengah.

SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 1(9), 1715–1726.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i9.229>

Rahmawaty, F., & Solihin, D. (2023). Pengaruh Pormosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Faw Coffee Victor Kota Tangerang Selatan. *Manajemen. Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 3(1), 69–80.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JISM>

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2023). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis* (Edisi 2). Andi Offset.

Schiffman, Leon G, Wisenblit, & Joseph L. (2019). *Consumer Behavior* (12th Edition). Pearson Education.

Sobari, H., & Gunawan, G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Belrum Kecamatan Panumbangan Kabupaten Ciamis. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 489–504.
<https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i2.501>

Solomon, M. (2020). *Consumer Behavior* (13th Edition). Pearson Education.

Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior* (Thirteenth Edition). Pearson Education Limited.

Telaumbanua, I. A., Siregar, M., Silalahi, T., Laia, A., Tafonao, S., & Elicia Wiyanti, P. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi di EX Coffee Medan. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 10(2), 170–177. <https://doi.org/10.51544/jmm.v10i2.6465>

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (Cetakan Pertama). Andi Offset.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th Edition). McGraw-Hill Education.