

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 3, No.2, 108-119.
- Ariyuni, D., & Suhardi, Y. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir). *Jurnal STEI Ekonomi* Vol. 22, No. 11, 1-19.
- Ermianti, C., Amanah, D., Utami, S., & Harahap, D. A. (2021). Minat Beli Konsumen Terhadap Sayuran Organik Pada Pasar Tradisional Ditinjau Dari Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen. *Tirtayasa Ekonomika*, Vol. 16, No. 2, 282-295.
- Farikhin, M., & Prabowo, R. E. (2019). Performa Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Mobil Honda Brio Satya di Kota Semarang). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 26, No. 2, 138-145.
- Ferdinand, A. (2014). *METODE PENELITIAN MANAJEMEN: PEDOMAN PENELITIAN UNTUK PENULISAN SKRIPSI TESIS DAN DISERTASI ILMU MANAJEMEN*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Geraldine, Y. M., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Merek, Kualitas Produk, Media Sosial dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 3, No. 1*, 1-12.
- Ghozali, I. (2017). *Model persamaan struktural konsep dan aplikasi dengan program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Grand Theory*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hakim, M., Lukitaningsih, A., & Susanto. (2019). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 2, No. 3*, 18-23.
- Handayani, V., & Rahayu, Y. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU LUXIO. *Jurnal Sain Manajemen, Vol. 3, No. 2*, 57-68.
- Hidayah, C. I., & Aryanto, V. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Coffee Shop Purun Kopi di Purwodadi). *Economics and Digital Business Review Vol. 5, Issue 1*, 373-383.
- Irawan, I. A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI PADA

APLIKASI ONLINE DIMASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 7, No. 1, 17-32.

Irwanda, D., Ritonga, N., Syafriyetti, R., Hasibuan, M. I., & Ayla, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Coffee Shop Karakter Kopi. *Jurnal Humaniora: Ilmu Ekonomi, sosial, bisnis dan hukum*, Vol. 1, No. 1, 19-26.

Kasiono, B. A., Tumbel, A. L., & Pondaag, J. J. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PENGUNJUNG DI CAFE KOPI LAIN HATI TONDANO). *Jurnal EMBA* Vol. 10, No. 4, 1795-1806.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc. New York: Prentice Hall.

Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 1-7.

Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran dan SDM*, Vol. 2 , No. 3, 150-159.

- Lionel, E., Leonard, Fernando, N., Ong, T., & Septama, V. (2023). Analisis Manajemen Risiko pada Malaya Cafe. *Cemerlang : jurnal manajemen dan ekonomi bisnis*, Vol. 3, No. 1, 251-266.
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jopie, J. R. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. AKE MAUMBI. *Jurnal EMBA*, Vol. 9, No. 4, 314-323.
- Mendur, M. E., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Kualitas Persepsi harga, Produk dan Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal EMBA Vol. 9, No. 3*, 1077-1086.
- Miranthi, A., & Idris. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Penumpang New Atlas Taksi Semarang). *Diponegoro Journal Of Management Vol. 6, No. 3*, 1-8.
- Nuraini, F., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, Vol. 3, No. 2, 50-57.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literature

- Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vol.3, Issue 2, 660-669.
- Ramadhan, a. g., & Santosa, S. b. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan CitraMerek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 1, 1-12.
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Cakrawala*, Vol. 17, No. 2, 139-145.
- Sandala, F. D., Tumbel, A. L., & Tampenawa, J. L. (2021). The Influence Of Reference Group, Price Perception And Store Atmosphere On Consumer Purchase Intention At Sme's "Beenji Café" Sario. *Jurnal EMBA Vol. 9, No. 1*, 878-886.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo*, Vol 8, No 1, 147-155.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing. *Jurnal EMBA Vol. 7, No. 1*, 881-890.
- Septyadi, M. A., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI

KONSUMEN PADA SMARTPHONE: HARGA DAN PROMOSI. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vol. 3, Issue 1, 301-313.

Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri.*, Vol. 4, No. 1, 38-51.

Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *Jurnal Papatung*, Vol.4, No.2, 24-32.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* Vol. 26, No. 2, 146-154.

Ulyah, C. A., Salfadri, & Rizka, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Alat-alat Kesehatan pada PT. Tirta Medical Indonesia Cabang Padang. *Jurnal Matua* Vol. 3, No. 3, 418-430.

Wahyuni, A., Handoko, T., & Widodo, Z. D. (2022). Pengaruh Minat Beli Masyarakat Terhadap Diskon Shopee, Kualitas Produk, dan Harga Bagi Pengguna Shopee (Studi Kasus Bagi Pengguna Shopee di Sragen). *Jurnal*

Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo, Vol. 9, No. 4, 869-879.

Welsa, H., Kurniawan, I. s., & Nagar, R. (2021). ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI BRAND IMAGE PADA KONSUMEN ROCKET CHICKEN. *Journal Competency of Business, Vol. 5, No. 1, 10-27.*

Widyatusti, L., Suhaidar, & Yunita, A. (2020). ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI FINANCIAL AGGREGATORCEKAJA.COM TERHADAPBEHAVIOR INTENTION MELALUIPENDEKATANTEORI PERILAKURENCANAAN (THEORY OFPLANNED BEHAVIOR ATAU TPB). *Indonesian Journal of Accounting and Business, 103-113.*

Zararosa, G. A., & Khasanah, I. (2023). Peran Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi, Vol. 20, No. 2, 1-14.*