

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditria, D., Digdowiseiso, K., & Nurwulandari, A. (2023). Pengaruh Brand Image, E-wom dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi di Hits Burger Antasari Jakarta Selatan. *Technomedia Journal (TMJ)*, 8(1), 30–45.
- Akbar, A. R., & Suwitho. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan strategi promosi terhadap minat beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(11).
- Amstrong, G., Adam, S., & Kotler, P. (2017). *Principles of marketing*. Pearson. Anim,
- A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali ( Studi Kasus Pada Start Up Coffe Renon Denpasar ). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99–108.
- Ansar, M., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2024). Pengaruh Social Media Marketing , Electronic Word of Mouth , dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Dagadu Djokdja Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(1), 280–293.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>
- Aziz, A., Shaddiq, S., Lalu Supardin, Mardani, J. A., Irsyadi Zain, & Faira Medina Dzikra. (2023). the Effect of Word of Mouth and Sales Promotion on Purchase Decisions At Fran Coffee Pekanbaru. *Utility : Journal of Economics Management and Accounting*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56107/utility.v1i1.6>
- Azka, M. I., & Astuti, S. R. T. (2023). Layanan, Promosi, Harga dan Penggunaan Qris ( Quick Response Code Indonesian Standard ) Terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada coffe shop embun senja. *Diponegoro Journal of Management*, 12(4), 1–11.
- Byhaqi, M. M. R., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Brand Image, Price, and Promotion on the Purchasing Decision of White Koffie Civet Coffee in the South Jakarta Area. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(5), 733–745. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i5.870>
- Dosi, M. U., Fourqoniah, F., & Sanjaya, A. (2023). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Borneo Di Kota Samarinda. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi*

- Dan Bisnis*, 9(2), 131–144. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i2.1863> Hartini, V.
- F. N. (2023). Pengaruh E-wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Junal Ilmiah Metadata*, 5(2), 350–372.
- Hastuti, S. P. (2022). *Kesuksesan dan Kejatuhan Restoran Chuck E . Cheese dalam Perspektif Model Bisnis*. 1–11.
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario di Kota Serang). *Jurnal Elektronik REKAMAN*, 3(3), 154–166.
- Kedaton, M. S., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Promosi Flash Sale Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Pada Masyarakat Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Madiun). *SIMBA*, September.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing*. Salemba Empat.
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101–115. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>
- Paniyosan, M., & Adi, R. K. (2023). Pengaruh Promosi Shopee Pay Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Coffee Shop Di Kota Palembang. *K&K\_JURNAL MANAJEMEN*, 2(3), 85–92.
- Parwitasari, N. A., Sonjaya, Y., Tedi, E., Ambarsari, M., & Ruyani, N. A. (2023). Influence Store Atmosphere and Word of Mouth on The Purchase Decision with Interest to Buy as Intervening Variable (Study on Daily Fresh). *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 344–352. <https://doi.org/10.56457/jimk.v11i1.406>
- Pauzi, M. R., Hadita, H., & Dovina, D. (2023). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Voucher Game Valorant (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(9), 2453–2481. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.827>

- Periyadi, P., Junaidi, J., & Maulida, N. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Kain Sasirangan Bordir. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 152. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i2.2907>
- Priambodo, S. E., & Widajanto, B. M. (2023). Pengaruh Harga, Store Atmosphere, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Saat Kopi Di Surabaya. *Management&Accounting Research Journal Global*, 07(02), 21–31.
- Rahmawaty, F., & Solihin, D. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Faw Coffee Victor Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 3(1), 69–80. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JISM>
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sudarita, Y. M. I. M. (2020). Pengaruh E-WOM terhadap keputusan pembelian produk kosmetik (Survey followers aktif akun @Jelitacosmetic\_). *Commercium*, 03(1), 36–40.
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies Volume*, 3(1), 55–69.
- Yunila, Pariama, M., & Apriani, N. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Mbakoy Coffe Unaaha. *Jurnal Promosi*, 10(2), 103–108.
- Zuhriyah, D. . (2019). *Industri Kedai Kopi Ditaksir Tumbuh 20 Persen Tahun ini*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139918/industri-kedai-kopi-ditaksir-tumbuh-20-tahun-ini>