

DAFTAR PUSTAKA

- Abriansyah, & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Terapung Kecamatan Sape Kabupaten Bima. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 115–123.
- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Annisaa, M. D. L., Suharto, A., & Nursaidah. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga, Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di UD Adam Jaya. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(01), 30–40. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4516>
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2409>
- Arifiyani, N., Hikmat Maulana, L., & Samsuri. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Graha Dinar Bogor. *Karimah Tauhid*, 1(4), 531–542.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Azzahra, N., Rinaldo, J., & Firdaus, T. R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Neraca Shoes Cabang Permindo Padang. *Matua Jurnal (Pengembangan Ilmu Manajemen Dan Bisnis)*, 3(1), 45–58. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/269>
- Basu, S. (1996). Procyclical productivity: increasing returns or cyclical

- utilization? *The Quarterly Journal of Economics*, 111(3), 719–751.
- Bazerman, M. H., Loewenstein, G., & Moore, D. A. (2002). Why good accountants do bad audits. *Harvard Business Review*, 80(11), 96–103.
- Eppen, G. D., Gould, F. J., Weatherford, L. R., & Moore, J. H. (1998). *Introductory management science: Decision modeling with spreadsheets* (Vol. 1). Pearson College Division.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Grandon, E. E., & Mykytyn Jr, P. P. (2004). Theory-based instrumentation to measure the intention to use electronic commerce in small and medium sized businesses. *Journal of Computer Information Systems*, 44(3), 44–57.
- Imalia, I., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 1–18. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2409>
- Indahsari, L. N., & 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>
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencana, Impelemental dan Pengendalian, Jilid Pertama Edisi Millenium*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

- Mahardini, S., Ibrahim, I. M., & Riwendi, A. (2023). Kualitas Produk , Harga , dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 1–10. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i2.538>
- Mulyono, J., & Alwi, A.-M. F. A. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan “MenanteaCafé” Teluk Jambe Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 227–243.
- Octafilia, Y., & Wijaya, A. (2020). Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pelanggan Karoke Keluarga di Kota Pekanbaru. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.55583/invest.v1i1.16>
- Penora, Y., Fauzi, D., & Dermawan, A. (2022). Perilaku Konsumen Kopi di Parewa Coffee Shop Kota Padang. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 7(5), 182–189. <https://doi.org/10.37149/jia.v7i5.63>
- Rahma, D. E., Nasution, S. L., & Broto, B. E. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Raja Bakso Rantauprapat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 4703–4713.
- Said, I., Matheosz, J. N., & Mamosey, W. E. (2022). Perilaku Mahasiswa di Kedai Kopi Titiwungen Utara Kota Manado (Studi Kasus Rumah Kopi Billy). *Holistik*, 15(4), 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/holistik/article/view/45402>
- Sari, I., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 1(2), 74–81.
- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta : Kencana Pernada Media Group.

- Steven. (2022). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Implementasi)*. Jawa Tengah : Eureka Media Aksara.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suharlina. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 113–125.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung : PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor : IN Media.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Werner, H. (2004). *Comparative psychology of mental development*. ISD LLC.