

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Kotler. 2019. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Arianto, D. P. H., & Satrio, B. (2020). *Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–23.
- Dwijayanto, A., & Widodo, A. (2020). *pengaruh bauran 8P terhaddap keputusan pembelian coffe shop Kopi Kenangan Bandung*. 7(2), 6192–6203.
- Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro:49.
- _____. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9). Cetakan ke IX*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hustić, I., & Gregurec, I. (2015). *The influence of price on customer's purchase decision*. *Central European Conference on Information and Intelligent Systems*, 1–6.
- Irawan, I. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online Dimasa Pandemi Covid19*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 17–32.
- Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management 12th edition*. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- _____, & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education.
- _____, & Keller, K. L. (2023). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga*.
- LokaData <https://lokadata.beritagar.id/chart/embed/konsumsi-kopi-2010-2019->
- Monroe, K. B., & Krishnan, R. (2023). *Pricing and Perceived Value*. *Journal of Consumer Research*.

- Muiszudin, O. S. (2016). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Di PT.Arwana Internusa Tour Pontianak. *Jurnal Manajemen MOTIVASI*, 12(1), 626 – 632.
- Mulyaputri, V. M., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 91.
- Pambudi utomo, Ayun maduwinati, N. made ida pratiwi. (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di warung kopi mbah sangkil surabaya. Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 1–19.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2022). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Pratiwi, R. D., & Wahyono, H. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 14(2), 121–134.
- Rahmawati, D., & Andini, L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Kemasan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(3), 78–90.
- Sari, D. R. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Otw Coffee Shop Kota Kediri. *SimkiEconomic*, 1(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- _____. (2018). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- _____. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Top Brand <https://www.topbrand-award.com>
- Widiyastuti, F., & Handayani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Ulang pada Restoran Cepat Saji. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 7(3), 45–56.
- Zeithaml, V. A. (2022). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*.