

## DAFTAR PUSTAKA

- Albriyan. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9, 2.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi 9*. Bandung: Alfabeth.
- Amstrong, P. K. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran. Jilid 2. Edisi ke-12. alih bahasa Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Andini Nurwulandari, S. M. (2021). Pengaruh Harga, Produk, Distribusi dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Coffee 19 Cafe. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5 No. 3, 472.
- Armstrong, P. K. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi ke sembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh City Branding "A Land Of Harmony" Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung ke Puncak, Kabupaten Bogor . *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 67-75 .
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

- Besta Adistya A, D. D. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Peacock Coffee Di Jalan Gajah Mada Semarang). 4.
- Darmadi Duriyanto, S. T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Merek dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Effendi, D. U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Feriyanto, G. d. (2018). Promosi dan Pengaruhnya Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 25 .
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition* . Yogyakarta: Deepublish.
- Handayani, D. H. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Hasan, A. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Hendro Lisa, S. C. (2020). Analisis brand equity terhadap keputusan pembelian (studi kasus Coffee Toffee Surabaya). *Journal of Business and Banking Volume 10 Number 1*.
- Hidayat, I. M. (2016). *The Handbook Of Education edisi pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Keller, P. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.

- Khuzaini, M. N. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Atmosphere Store terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada AADK Coffee & Eatery Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 15.
- Kotler, P. &. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lesmana, A. E. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia, Volume 1, e-ISSN 2654-6493*, 84.
- Ningrum, A. S., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Harga, Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Peacockoffie Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL*, 3.
- Perwitasari, Z. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Botol Sosro . *E Journal 3 Undip*, 4.
- Ramadhan, D. M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Saepudin, T. S. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Perkembangan Ukm Di Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah* , 4.
- Sari, R. M. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5 No. 3, 2.
- Seran, D. S. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Budi Utama.

- Setyorini, H. N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mendorong Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rawtype-Riot di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management : Vol.7, No.2, 4*.
- Sudaryono, D. (2021). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Sulistyorini, O. D., & Rahardjo, S. T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Kesesuaian Harga, Citra Merek dan Kesadaran Merek Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Strada Coffee Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 5 .
- Swastha, B. (2008). *Menejemen Pemasaran Modern, Edisi-2*. Yogyakarta: Liberty.
- Swasty, W. (2016). *Branding, Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syahrir, & dkk. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*. Bogor: IPB Press.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan strategi merek*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vania Dwi Alfiana Putri, I. G. (2018). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Gerai Starbucks Coffee (Studi Pada Konsumen Domestik Starbucks Coffee di Wilayah Bali). *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 1, 2018: 470-496, 7*.

Wibisono, D. (2006). *Manajemen Kinerja, Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.

Zainullah, V. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Koplakan. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 4, Nomor 4*, 538 .

