

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. S., Asdi, & Hidayat, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi (Studi Pada Warkop Bundu Balai Aroeppala di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Bongaya*, 7(1), 1–10.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 117–123.
- Azka, M. I., & Astuti, S. R. T. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi, Harga Dan Penggunaan Qris (Quick Response Code Indonesian Standard) Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Coffee Shop Embun Senja. *Diponegoro Journal of Management*, 12(4), 1–11.
- Dianti, N. T., & Dewantara, Y. F. (2021). Pengaruh Sales Promotion terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Maxx Coffee RS Siloam TB Simatupang. *Hospitour: Journal of Hospitality & Tourism Innovation*, 5(2), 34–42.
- Ervina, V., & Meitriana, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Merek Moola Pedawa. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 57–61.
- Fathullah, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kaneki (Studi Kasus Pada Konsumen Kopi Kaneki Jakarta Timur)* [Skripsi]. STEI Jakarta.
- Gultom, N. C., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Ingat Kopi Kota Sorong. *Productivity*, 3(4), 384–389.
- Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 19(3), 209–2015.
- Mega, K. I., Rukmigarsari, E., & Walida, S. E. (2021). Menentukan Ukuran Sampel Penelitian Di Bidang Matematika Pada Skala Data Metrik. *JP3*, 16(1), 98–102.
- Nanda, D., & Talumantak, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Savio Coffee and Eatery. *Jurnal Manajemen*

Pariwisata Dan Perhotelan, 1(3), 14–34.

Oktrichaendy, F., Pradhanawati, A., & Waloejo, H. D. (2022a). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lost In Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 452–460.

Oktrichaendy, F., Pradhanawati, A., & Waloejo, H. D. (2022b). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lost In Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 452–460.

Purnama, L. G. F. (2019). Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dewi Amertha Coffee. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(6), 760–764.

Rachmawati, K. D., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pesen Kopi Kota Bojonegoro Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 15(2), 182–189.

Rahmawati, R., & Yusuf, R. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kiniko Coffee Shop Kiniko. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran*, 2(1), 130–136.

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.

Salsabila, C. B., & Rachmi, A. (2023). Pengaruh Iklan Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Di Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 154–159.

Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *Jurnal Papatung*, 4(2), 24–32.

Suwastiari, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2021). Pengaruh Green Marekting, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Coffee Di Denpasar. *Jurnal Emas*, 2(1), 11–20.

Wardani, I. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada 200 Cafe And Food Di Kota Malang. *JUBIS*, 3(2), 89–100.