

DAFTAR PUSTAKA

- Aprileny, I., Arifiani, P. N., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Variasi Menu, Store Atmosphere Dan Citra Restoran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen: Restoran Bijin Nabe By Tsukada Nojo Plaza Senayan, Jakarta). *Ikraith-Ekonomika*, 5(3), 108–116. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2446>
- Camelia, S. B., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran D'Cost Seafood Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political*, 6(3), 426–432.
- Fatmawaty, A., & Halim, A. (2024). The Influence Of Digital Marketing, Price, Consumer Perception, Store Atmosphere And Word Of Mouth On Purchasing Decisions At Cafe Halona Coffee Rantauprapat Pengaruh Digital Marketing, Harga, Persepsi Konsumen, Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3661–3673. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Gumelar, K. T., Waluyo, H. D., Suryoko, S., Gumelar, K. T., Bisnis, A., Diponegoro, U., Waluyo, H. D., Bisnis, A., Diponegoro, U., Suryoko, S., Bisnis, A., & Diponegoro, U. (n.d.). *Pengaruh kualitas pelayanan, variasi menu, dan harga terhadap keputusan pembelian*.
- Hidayat Susilowati, I., & Camelia Utari, S. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 6(1), 134–140. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Gunelius, Susan. (2011). 30-Minutes Social Media Marketing. United States. McGraw-Hills Company
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 25 Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujana. 2006. Metode Statistika. Bandung: Tarsito.
- Hodijah, C., Wiyata, M. T., & Wijaya, Z. R. (2023). Pengaruh Harga, Digital Marketing Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Coffee Cirenggot. *CAKRAWALA – Repositori IMWI*, 6, 696–706.
- Jamaludin, A. (2015). *KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)*. 21(1).
- Napitupulu, M. H., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan

terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Lazada di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 789–800. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1335>

- Nasution, A. E., Pratami, L., Muhammad, P., & Lesmana, T. (2019). *Analisis Pengaruh Harga , Promosi , Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan*. 1(1), 165–173.
- Niaga, P. T., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Niaga, P. T., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2021a). *PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PERTANDINGAN SEPAK BOLA PERSEBAYA PADA LOKET . COM Raya Sulistyowati*. 9(2), 1181–1187.
- Niaga, P. T., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Niaga, P. T., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2021b). *PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAOS LOKAL KERJODALU*. 9(3), 1376–1383.
- Othysalonika, O., Muhaimin, A. W., & Faizal, F. (2022). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Makanan Sehat di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(3), 1134. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.03.32>
- Putri, M. A., & Sukma, Ri. P. (2023). Social Media Marketing Dan Kualitas Produk Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Peran Mediasi Minat Belidi Mattea Social Space. *An International Journal Of Tourism and Education*, 7(2), 1–12.
- Rahayu Sari, E., & Nursanta, E. (2023). *Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian J.Co Donuts & Coffee*. 3(1), 1–10.
- Rumagit, I. A., Lopian, S. L. H. V. J., Tampenawas, J. L. A., Pembelian, K., Pada, K., Pandemi, M., Rumagit, I. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Tampenawas, J. L. A. (2023). *ISSN 2303-1174 I.A. Rumagit., S.L.H.V. J. Lopian., J. L.A. Tampenawas.,. 11(1), 1242–1252*.
- Shofiyah Khairunnisa. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang Di Kota Makassar). *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 110–126. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i4.502>
- Sihombing, W. P. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr), Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Hino Di Pt. Indomobil Prima Niaga Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 5(3), 248–253.
- Sompie, G. P., Worang, F. G., Mandagie, Y., Sompie, G. P., Worang, F. G., & Mandagie, Y. (2022). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN J . CO DONUT & COFFEE MANADO TOWN SQUARE DI MASA PANDEMI COVID-19 THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION AND QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER LOYALTY J . CO DONUTS & COFFEE MANADO TOWN S.*

10(4), 1040–1049.

Sudita, & Kasmad. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Pada PT. Karya Masyarakat Mandiri Kemang Bogor. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(5), 179–191.

Sulistiono, A., Wahyu Fitriadi, B., & Muhamad Pauzy, D. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(3), 363–368.
<https://doi.org/10.59004/jisma.v1i3.63>

Upadana, M. wahyu K., & Pramudana, K. A. S. (2020). Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1921.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p14>