

## DAFTAR USTAKA

- Arfin Hakim, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Jokopi Cabang Dinoyo Surabaya Heru Suprihhadi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Armstrong, G., Kotler, P., & Brennan, H. (2019). *Marketing an Introduction*. Retrieved from [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022).
- Business Academy, D. (2021). *Social Media Marketing 2021-22: Beginner's Guide to Making Money Online. Become a Successful Influencer Through Youtube, Twitter, Facebook, Instagram and Linkedin Algorithms. Start Your Passive Income*.
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183. doi:10.29408/jpek.v5i1.3444
- Chaffey, D., & Chandwick, fiona ellis. (2019). *Digital Marketing*.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*.
- Charles, W. L., Carl, M., & Joe, F. H. (2021). *MKTG Principles of Marketing*.
- Dilasari, E. M., Yosita, G., Sanjaya, V. F., Syariah, M. B., Raden, U., & Lampung, I. (2022). *Pengaruh Citra Rasa dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. Jurnal Manajemen Bisnis Islam (Vol. 3)*. Retrieved from <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/RJMBI>
- Djohansjah, C., & Pratomo, C. V. (2017). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Caturra Espresso. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*.
- Duryadi, D. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah Buku Ajar Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Semarang.
- Frans Andreas, Y., Alfatera Unpapar, A., & Author, C. (2021). *The Influence of Service Quality and Product Taste on Product Repurchase Intention (Survey on Customers of UB Coffee Malang)*. Retrieved from <http://jiss.publikasiindonesia.id/>
- Ghozali, G. (2021). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris, 3/E*. (3rd ed.). Semarang : badan penerbit undip.

- Gray Noah, & Fox Michael. (2018). *Social Media Marketing step by step for advertising your business on facebook, youtube, instagram, twitter, pinterest, linkeid and various other platforms.*
- Griffin, E. •, Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2020). *Business Essentials Business Essentials TWELFTH EDITION.*
- Ilham Akbari, M., & Puji Hastoko, Y. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian minuman bir pletok di Hana Kuliner Jakarta.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Dr. Meithiana Indrasari) (z-lib.org).
- Jonathan, N., Wicaksono, S., & Sutanto, J. E. (2022). The Impact of Product Variation, Product Quality, and Service Quality on Purchase Decision of Ko-Kopian Producers. *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, 6. Retrieved from <https://blorakab.bps.go.id/indicator/52/103/2/laju-pertumbuhan-pdrb-menurut-lapangan->
- Kanter, G., SLH Lopian, J., Soepeno, S., Eunike Kanter, G., Joyce Lopian, S., Soepeno, D., ... Ekonomi dan Bisnis, F. (2022a). The Effect of Marketing Mix on Consumer Buying Decision Coffee Latte in The Era Covid-19 Pandemic at Rangow Coffee Langowan Barat, *10(1)*, 1555–1565.
- Kanter, G., SLH Lopian, J., Soepeno, S., Eunike Kanter, G., Joyce Lopian, S., Soepeno, D., ... Ekonomi dan Bisnis, F. (2022b). THE EFFECT OF MARKETING MIX ON CONSUMER BUYING DECISION COFFEE LATTE IN THE ERA COVID-19 PANDEMIC AT RANGOW COFFEE LANGOWAN BARAT, *10(1)*, 1555–1565.
- Kasakeyan, R. F., Tawas, H. E., & Poluan, J. G. (2021). *The Effect of Electronic Word of Mouth, Product Quality and Experiential Marketing on Purchase Desisions Product Boba Street Manado. Jurnal EMBA* (Vol. 9).
- Kotler, Philip, Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2020). *Principles of Marketing Global Edition.* Retrieved from <https://support.pearson.com/getsupport/s/contactsupport>
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2022). *Marketing management.*
- Kotler, Philp, Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital.
- Liana, Y. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Bulletin of Management & Business (BMB)*, 2(2). doi:10.31328/bmb.v2i2.155
- Miller, D. (n.d.). *Social media marketing.*
- Octhaviani, S., & Jonathan Sibarani, H. (2021). *Analisis Pengaruh Citra Merek Produk, Kualitas Produk, dan Harga Diskon Terhadap Keputusan*

*Pembelian Produk Minuman Kopi Pada Penggunaan aplikasi Grab Food di Kota Medan.*

- Rizal, Dr. A. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0* (1st ed.). Yogyakarta .
- Setiman, S. (2020). Analisa Partial Model Persamaan Struktural dengan SMART PLS 3 (Sobur Setiawan, SKep, Ns, MM (K3L)) (z-lib.org).
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being (Global Edition)* (Solomon, Michael R). Retrieved from <http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Sugiyono, Prof. Dr. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA, cv.
- Supriyat Dinata, M., & Khasanah, I. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden Internasional Daily Food, Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(1). Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Syahrir, shyahrir, Yulinda, eni, Yusuf, M., & Danial, danial. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*.
- Syahriyah, A., & Arifiansyah, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Nako Depok. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(8), 3429–3434. doi:10.55927/mudima.v2i8.1061
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia*.
- Wijoyo Hadion, & dkk. (2020). *New Normal*.
- Winoto Tj, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba yang Dimediasi oleh Strategi Promosi (Studi Kasus: Konsumen Chatime Tanjung Duren). *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(12), 1566. doi:10.36418/syntax-literate.v5i12.1875
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *service marketing : People, technology, strategy*.