

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). *Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)*. 6(3), 96–107. <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Aulia Rahmah, N., & Pradana, M. (2022). *THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT PRICE ON STARBUCKS COFFEE PURCHASE DECISION (A Case Study of Starbucks Coffee Consumers in Bandung City)* (Vol. 9, Issue 1).
- Aurilia. (n.d.). *Pengaruh Social Media Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yotta di Kota Makassar_2*.
- Candra Irawan, I. (2020). Analisis e-marketing terhadap keputusan pembelian konsumen secara online. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 247. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1907>
- Erlangga, R., Tampi, J. R. E., Kalangi, J. A. F., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (n.d.). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Halu Kopinspirasi*.
- Ferdinand, P. A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Seri Pustaka Kunci.
- Ghozali, I. (2014). *Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 4). In Semarang: Badan Penerbit UniverSitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Model Persamaan Struktural Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2018). *Ultimate Guide to Email Marketing for Business*. entrepreneur press.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*.

- Kaplan, A. (2022). *Artificial Intelligence, Business and Civilization: Our Fate Made in Machines*. routledge.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0 : technology for humanity. In *News.Ge*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *marketing management*.
- Kumar, R. (2011). *Research Metodology*. SAGE publications.
- Laila, N., & Hananto, J. (2019). The Effect of Packaging and Price on the Chatime Drink Purchase Decision (Case Study in Tangerang Selatan). *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i26.5429>
- Liana, Y. (2021). Bulletin of Management and Business Pengaruh Sosial Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Bulletin of Management & Business (BMB)*, 2(2). <https://doi.org/10.31328/bmb.v2i2.155>
- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah. (2018). *Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision*. 34(2), 29–40.
- Mustika Sari, R., & Piksi Ganesha, P. (n.d.). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEY PELANGGAN PRODUK SPREI RISE)*. 5(3), 2021.
- Narottama, N., Erinda, N., & Moniaga, P. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DESTINASI WISATA KULINER DI KOTA DENPASAR. In *JUMPA* (Vol. 8, Issue 2). <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- Noor, J. (2014). *Metode Penelitian*. Kencana Prenada Media Group.
- Nurikhsan, F., Salsabila Indrianie, W., & Safitri, D. (n.d.). *FENOMENA COFFEE SHOP DI KALANGAN KONSUMEN REMAJA*.
- Oktavian. (2018). Sampel. *Jurnal Novum*.

- Praditasetyo, D., & Saputri, M. E. (n.d.). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI APLIKASI TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA SHOPEE INDONESIA THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING THROUGH THE TIKTOK APPLICATION ON ONLINE PURCHASING DECISIONS AT SHOPEE INDONESIA*.
- Refiani, A. S., & Mustikasari, A. (n.d.). *ANALISIS PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI PADA THIS! BY ALIFAH RATU TAHUN 2020*.
- Riduwan, A. (2013). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Alfabeta.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sarah, K. S., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Analisis Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Clothing Linkswear. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 397. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i3.4877>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.)). Alfabeta.
- Suharso, A. A. P. (2020). The Effect of Products and Prices on Purchasing Decisions of Health Food. *Management and Economic Journal (MEC-J)*, 4(2), 175–184. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v4i2.9209>
- Tarigan, J., Sihotang, B. F., Kaliaga, K., Panggabean, S. A., & Gulo, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Cola-Cola pada PT.Coca Cola Amatil Indonesia Cabang Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 9(2), 1–14.
- Tauran, R. H., Andriani, D. R., Wahyuningtyas, A. S. H., & Isaskar, R. (2022). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON THE PURCHASE DECISION OF KOOKA COFFEE PRODUCTS USING BRAND IMAGE AS A MEDIATION VARIABLE. *Agricultural Socio-Economics Journal*,

22(3), 223. <https://doi.org/10.21776/ub.agrise.2022.022.3.9>

- Tjiptono, F., & Chandra, gregorius. (2019). *Service, quality & customer satisfaction Edisi 5* (5th ed.). andi.
- Tulong, D. R. P., Areros, W. A., Program, L. F. T., & Bisnis, S. A. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Verel Bakery & Coffee* (Vol. 3, Issue 1).
- 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>
- Wikantari, M. A. (2022). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON PURCHASE DECISIONS MODERATED BY PRODUCT QUALITY. In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* (Vol. 5, Issue 2).
- Winoto, H. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN BOBBA YANG DIMEDIASI DENGAN STRATEGI PROMOSI*. 21(1), 1–9. <http://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>
- Yunita Indriyanti, I., Irianto, H., & Sundari, M. T. (2019). *Analisis Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Banaran 9 di Coffe and Tea Colomadu*. 1.