

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman, & Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, 2.
- Abratt, R., & Bendixen, M. (2019). *Strategic Marketing: Concepts And Cases*. Routledge.
- Andriani, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Resto Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café And Resto Sugar Rush Di Bontang, 26–34.
- Anim, A., Luh, N., & Indiani, P. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar),5. Retrieved from <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosmed Cafe Abdullah Lubismedan, 21(1).
- 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*.
- Chamdani, U. (2018). *Digital Marketing Melalui Informasi Pesan Destinasi Wisata*.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., ... Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. Media Sains Indonesia*. Retrieved from www.penerbit.medsan.co.id
- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42. doi:10.24042/revenue.v3i1.10448
- Duryadi, D. (2021). *Buku Ajar Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. (J. T. Santoso, Ed.). Yayasan Primaagus Teknik.
- Hardani, H., Ustiawaty, J., Andriani, H., Istiqomah, R. R., Sukmana, D. J., Fardani, R., ... Utami, E. F. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Kotler, K. et al. (2022). *Marketing Management (Kotler, philip keller lane, kevin N. seth etc.)* (z-lib.org).

- Kotler, Amstrong. (2018). *7e marketing principles of*.
- Kotler, Armstrong, & Brennan, H. (2019). *Marketing an Introduction*. Retrieved from www.pearson.com/uk
- Kotler et al. (2021). *Marketing 5.0 Technology for Humanity* (Kotler, Philip Kartajaya, Hermawan Setiawan etc.) (z-lib.org).
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2020). *MKTG: Principles of Marketing (Thirteenth Edition)* (13th Edition). Cengage.
- Miller, D. (n.d.). *Social media marketing*.
- Mulyansyah, G. T. (2021). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Philip Kotler, H. K. etc. (2017). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital* (Philip Kotler, Hermawan Kartajaya etc.) (z-lib.org).
- Sasmita, C. I., & Kurniawan, I. B. (2020). Pengaruh Promosi Sosial Media (Digital Marketing) Terhadap Minat Beli Chatime Wilayah Badung-bali. Retrieved from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=chatime
- Setiaman, S. (2020). *Analisa Partial Model Persamaan Struktural dengan Smart Pls 3*. PPNI Qatar.
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Sugiyono, Ed.).
- Sugiyono, S. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*.
- Syahrir, S., Danial, D., Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode Sem-Pls Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*. PT Penerbit IPB Press.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran edisi 4*.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services Marketing*. (J. Wirtz & C. Lovelock, Eds.).