

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). Metode-Penelitian-Bisnis-Kuantitatif-Dan-Kualitatif. In *CV. Noah Aletheia*.
- Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect of social media marketing on instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. *International Journal of Data and Network Science*, 4, 91–104. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.3.002>
- Armawan, I., Sudarmiatin, Hermawan, A., & Rahayu, W. P. (2023). The effect of social media marketing, SerQual, eWOM on purchase intention mediated by brand image and brand trust: Evidence from black sweet coffee shop. *International Journal of Data and Network Science*, 7, 141–152. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.11.008>
- Daga, R. (2017). Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan. In *GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE*.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Denpasar, P. S. M. F. U. D. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN, Konsep, Pengembangan dan Aplikasi*.
- Fajri, I., Rizkyanfi, M., & Smaya, R. (2021). The Effect Of Social Media Marketing On Purchase Decisions With Brand Awareness As An Intervening Variables In Praketa Coffee Shop Purwokerto. *The Journal Gastronomy Tourism*, 8(2), 97–110. <https://doi.org/10.17509/gastur.v8i2.41922>
- Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., & Soputra, J. (2023). *Produk Dan Merek*.

Rizka Amalia, 2023

*ANALISIS PENGARUH PROMOSI SOCIAL MEDIA, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MINUMAN KOPI JANJI JIWA*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Gray, N., & Fox, M. (2018). Social Media Marketing Step by Step Instructions For Advertising Your Business on Facebook, Youtube. *Book*, 384.
- Hikmawati, F. (2020). METODOLOGI PENELITIAN. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN* (Issue 1).
- Keinditia, R., & Kustini, K. (2022). Analisis Kemampuan Penggunaan Media Sosial dan Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur. *MSEJ: Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(November), 3526–3533.
- Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2021). Marketing Management. In *British Library*.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. <http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/78/3/.pdf>
- Mochtar, M. M. I., Mandey, S. L., & Pondaag, J. J. (2022). Pengaruh Media Sosial, Metode Pembayaran, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Makanan Dan Minuman Di Cinema Xxi Manado Town Square the Effects of Social Media, Payment Method, and Product Quality on Buying Interest of Food and Beverages in Cinema Xxi . *Jurnal EMBA*, 10(4), 1807–1818.
- Permatasari, W. I. S., Hendriyani, I. G. A. D., & Pranadewi, P. M. A. (2020). Minat Beli Konsumen terhadap Produk Minuman Bubble Tea-Xi Bo Ba Jimbaran-Bali. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.52352/jgi.v8i1.545>
- Quesenberry, K. (2019). *SOCIAL MEDIA S T R A T E G Y*.
- Rafikasari, E. F., & Fauzy, N. E. N. (2020). Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk “Le Minerale.” *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi*

*Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(2), 266–284.

<https://doi.org/10.21274/dinamika.2020.20.2.266-284>

- Salamah, N. H., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce Hijup. *KORELASI (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 2, 249–269. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1189>
- San, V., Kijkasiwat, P., & Abbasi, A. (2022). Understanding Service Quality and Price Fairness To Customer Loyalty in the Coffee Shop Industry in Thailand. *International Journal of Social Science Research (IJSSR)*, Vol. 4 No., 505–518.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Leonita, S., & Nursaidah. (2021). Manajemen Pemasaran. In *Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI)*.
- Setiaman, S. (2020). Analisa parsial model persamaan struktural dengan software SMART-PLS Versi 3. *Tutorial*, 1–67.
- Sholikah, D. (2021). Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan. In *Manajemen Pemasaran*.
- Siahaan, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN KEMASAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK TEH BOTOL SOSRO. *Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial*, 2, 1–8.
- Sihombing, P. R., & Arsani, A. M. (2022). *Aplikasi SmartPLS untuk Pemula*.
- Syahza, A. (2021). Metodologi Penelitian: Metodologi penelitian Skripsi. In *UR Press Pekanbaru*.
- Tanata, H. F., & Chirstian, S. (2019). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Hungtata. *Performa*, 4(2), 230–239. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i6.1182>
- Tumuju, N. S., Soegoto, A. S., & Rogi, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan

Rizka Amalia, 2023

*ANALISIS PENGARUH PROMOSI SOCIAL MEDIA, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MINUMAN KOPI JANJI JIWA*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt.  
*JURNAL MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA*, 5(1), 32–39.
- Utami, F. Z., Suryadi, A., & Widiarti, A. (2021). Pengaruh penggunaan promosi media sosial dan harga terhadap minat beli konsumen pada produk cafe hazey.  
*Jbes*, 2 No. 2, 36–49.
- W. Lamb, C., F. Hair, J., & McDaniel, C. (2021). *MKTG PRINCIPLES OF MARKETING* (Issue 1).
- Widia, P. A., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). The Effect of Price and Product Quality on Customer Loyalty With Customer Satisfaction As an Intervening Variable in the Coffee Shop. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 1(2), 1–13.  
<https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb>
- Yohandi, S., Yuliana, Arwin, Lisa, & Ivone. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang.  
*SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 182–186.  
<https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.451>
- Zainurossalamia Saida. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori & Strategi*.

**Rizka Amalia, 2023**

***ANALISIS PENGARUH PROMOSI SOCIAL MEDIA, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MINUMAN KOPI JANJI JIWA***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

**[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]**