

## DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, K., & Sudarmayasa, I. W. (2020). *Buku Kualitas Pelayanan Jasa Akomodasi*.
- Ardyan, S. E., Mba Arifai Ilyas, S. E., Made Putri Ariasih, M., Si, S., Fadliyani Nawir, M., Ds Rina, M., Sovianti, S., & Ip, M. (2023). *DIGITAL MARKETING (Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0)* Penerbit. Retrieved from [www.sonpedia.com](http://www.sonpedia.com)
- Asari, A., Astuti, T. W., Saleh, M. S., Rachmatiyah, S. P., Fariati, W. T., Hendarsyah, D., Arifin, Nova, M., Fakhri, N., & Anna, N. E. V. (2023). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PENDIDIKAN*.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*.
- Balaka, M. Y. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. Retrieved from [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)
- Baskoro, F., Wijaya, A. Y., & Asrori, M. Z. (2023). *Media sosial untuk remaja*. Retrieved from [www.freepik.com](http://www.freepik.com)
- Chaffey, D., & Chadwick, fiona ellis. (2016). *Digital Marketing*. Retrieved from [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)
- Chandra, C., & Keni. (2019a). *Pengaruh brand awareness, brand association, perceived quality, dan brand loyalty terhadap customer purchase decision*.
- Chandra, C., & Keni, K. (2019b). Pengaruh *Brand awareness*, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 176. doi: 10.24912/jmieb.v3i1.3506
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Buku membangun loyalitas pelanggan*.
- 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 pendekatan kuantitatif*. retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/354059356>
- Dasmadi. (2022). *The Effect of Store Atmosphere and Social Media Marketing on Purchase Decisions on Consumers of the Damandiri Cafe*. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.0
- Diana Triwardhani, Yuliniar, K. A. & Y. N. S. (2022). *The Effect of Halal Label Perception, Lifestyle and Quality of Service on Purchase Decision at Starbucks Coffee in Indonesia*. 9(4), 356–363.
- Ferdinand. (2020). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Firmansyah, Dr. M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. 75.
- Ghozali, I. (2021a). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.2.9 untuk penelitian empiris*.
- Ghozali, I. (2021b). *Partial Least Squares (SmartPLS 3.2.9)* (p. 305).

- Giovani. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan *Brand awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 11, 11*, 10. doi: 10.54239/2319-022-001-001
- Giovani, R. R., Purwanto, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik* (Vol. 11). Sugeng Purwanto Pengaruh Social Media Marketing ....
- GoodStats. (2024). *Pola Konsumsi Kopi Orang Indonesia di Tahun 2024*. Retrieved from <https://goodstats.id/publication/hasil-survei-pola-konsumsi-kopi-orang-indonesia-di-tahun-2024-AiM7t>
- Hair et al. (2022a). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (Issue July). doi: 10.1007/978-3-319-57413-4\_15
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2022b). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Cham: Springer International Publishing. doi: 10.1007/978-3-030-80519-7
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Hasniaty, Harto, B., Istiono, W., Munawar, Z., Maworuntu, A., Hapsari, M. T., Pasaribu, J. S., Ma'sum, H., Gustini, L. K., Rengganawati, H., Anggoro, D., Rukmana, A. Y., & Permana, A. A. (2023). *SOCIAL MEDIA MARKETING*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/373718892>
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen coffee shop di kota gresik. In *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 6, Issue 4).
- Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada kopi benteng 2 banyumanik). In *Jurnal Administrasi Bisnis*: Vol. IX.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *PERILAKU KONSUMEN*.
- Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2023). *Principles and Practice of Principles and Practice of Marketing Marketing*.
- Kartajaya, P., Setiawan, H., & Setiawan, I. (2021). *2021-Mark5.0-Marketing 5.0 Technology for Humanity* (Kotler, Philip Kartajaya, Hermawan Setiawan etc.). 10.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Building, Measuring, and Managing Brand Equity Strategic Brand Management*.
- Kotler, M., Cao, T., Wang, S., & Qiao, C. (2020). *2020-Milton Kotler-Marketing strategy in the digital age applying Kotler's strategies to digital marketing*. 47–48.

- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*. Retrieved from <https://drive.google.com/file/d/1vZo8wIszLlrtWwQ7ZoNrdt66jStEtHiP/view>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of Marketing global edition*. Retrieved from <https://support.pearson.com/getsupport/s/contactsupport>
- Kotler, P., Keller, K., Brady, D. M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019a). *Management European Edition*.
- Kotler, P., Keller, M., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019b). *4th European edition*. Retrieved from [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen (Studi terhadap Word of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek)*. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Z7ZFEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=ahli+pengertian+kualitas+layanan&ots=OjV5IDZaae&sig=jy1YFplthuy1NfBF5nv9MorUD5o&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Z7ZFEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=ahli+pengertian+kualitas+layanan&ots=OjV5IDZaae&sig=jy1YFplthuy1NfBF5nv9MorUD5o&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Lamb, C. W., Hair, F. J., & Daniel, C. M. (2021). *MKTG*.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022a). *Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian pada konsumen starbucks di kota medan*.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022b). p-ISSN: 2827-9832 e-ISSN:2828-335x Available online at [http:// https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr](http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr). *Journal Of Social Research*, 1(7), 694–707.
- Nanda, D., & Talumantak, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Savio Coffee and Eatery*.
- Oka, I. B., Purnama, V., & Nainggolan, D. R. (2023). “GULA KOPI.” *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(3).
- Opa, S. A., & Astuti, M. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Word of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nwansa Coffee. *Jurnal: IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(2). doi: 10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2
- Pusporini, P., Aryani, L., & Resti, A. A. (2023a). Pengaruh Dompot Digital, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret (Studi Kasus pada Konsumen Indomaret di Jakarta Selatan). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1955. doi: 10.33087/jmas.v8i2.1175
- Pusporini, P., Aryani, L., & Resti, A. A. (2023b). Pengaruh Dompot Digital, Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret (Studi Kasus pada Konsumen Indomaret di Jakarta Selatan). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1955. doi: 10.33087/jmas.v8i2.1175
- Quesenberry, K. A. (2019). *Strategic marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution*. Retrieved from [www.rowman.com](http://www.rowman.com)
- Rahayu, C. P., & Witjaksono, B. (2023a). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic word of mouth Terhadap Purchase decision Melalui Brand awareness Pada Produk Kopi Kenangan*. 5(2), 88–105. Retrieved from <http://bisnisman.nusaputra.ac.id>

- Rahayu, C. P., & Witjaksono, B. (2023b). Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic word of mouth Terhadap Purchase decision Melalui *Brand awareness* Pada Produk Kopi Kenangan. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 88–105. doi: 10.52005/bisnisan.v5i2.163
- Rahayu, E. S., & Nursanta, E. (2023). *Pengaruh brand image, store atmosphere, dan social media marketing terhadap keputusan pembelian j.co donuts & coffee.*
- Rahmawati, E. D. (2023). *Manajemen Pemasaran.*
- Raniya, R. F., Lubis, P. H., & Kesuma, T. M. (2023). The influence of social media marketing and store atmosphere on purchase decision mediated by consumer trust in millennial coffee shops in banda aceh. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 06(01), 144–155. doi: 10.35409/ijbmer.2023.3466
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen.*
- Sudirjo, F., Nyoman, I., Sutaguna, T., Silaningsih, E., Akbarina, F., Yusuf, M., Malang, N., & Bandung, S. (2023). The influence of social media marketing and *brand awareness* on cafe yuma bandung purchase decisions. *universitas udayana*, 2(3).
- Sugiyono. (2022). *Mode penelitian kuantitatif.* 130–131.
- Sulistiyowati, W. (2020). *Kualitas layanan: teori dan aplikasinya.*
- Taufik, A., Santoso, S., Fahmi, M. I., Restuanto, F., & Yamin, S. (2022). The Role of Service and Product Quality on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 68–82. doi: 10.29244/jcs.7.1.68-82
- Top Brand Award. (2024). *Top Brand Award Kedai Kopi 2024.* Retrieved from [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=2&id\\_subkategori=730](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=730)
- Triwardhani, D., Aswar, K., & Supriyadi, Y. N. (2022). The Effect of Halal Label Perception, Lifestyle and Quality of Service on Purchase Decision at Starbucks Coffee in Indonesia. In *Journal of Economics and Behavioral Studies* (Vol. 14, Issue 4).
- We Are Social & Meltwatre. (2024). *Digital 2024: Indonesia.* Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Wirtz, Jochen. (2023). *Essentials of services marketing.* Pearson.
- Yohanes, K., Suharyati, & Ediwarman. (2021a). *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2021 Pengembangan Ekonomi Bangsa Melalui Inovasi Digital Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Jakarta.*
- Yohanes, K., Suharyati, S., & Ediwarman, E. (2021b). Pengaruh Influencer Marketing Dan *Brand awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba. *Prosiding SENAPENMAS*, 1339. doi: 10.24912/psenapenmas.v0i0.15205

- Yudanto, R. A., & Wediawati, T. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram, Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Labricca.Id. *Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 148. doi: 10.47065/ekuitas.v5i1.3877
- Yuliawan, K. (2021). *Pelatihan smartpls 3.0 untuk pengujian hipotesis penelitian kuantitatif*.