

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, M. B., & Widodo, T. (2023). *MOTIVASI REMAJA PEREMPUAN MENGUNJUNGI COFFEE SHOP*. 10, 1–13.
- Alnisyalma, F. (2021). Pengaruh Product Quality, Promotion dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian di Mr. Bubble Cafe Pati. *Seminar Nasional Keindonesiaan (FPIPSKR), November*, 456–464.
- Anggraini, A. B. (2022). *Pengaruh Harga, Physical Evidence, dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya*. 10(1).
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran* (U. Saripudin, Ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Astawa, I. G. P. B., Darmawan, N. A. S., Kumala, K. D. A., & Berchmans, W. Y. (2021). Influence of Product Variables, Prices, Location and Promotions on Purchasing Decisions at Warung D'taman Restaurants in Tabanan. *Proceedings of the 6th International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS 2021)*, 197(Teams), 446–451. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.211124.063>
- Chandra, M. D. (2021). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Kereta Di Kai Access*. 8(2), 921–934.
- Dwibin. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel di Outlet Todi' Cell Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja. *Jurnal Economix*, 9(1).
- Ernawati, D. (2019). *KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG*. 7, 17–32.
- Farida, N., & Shofiyah, A. (2023). the Influence of Product Quality and Promotion on Purchase Decisions At Larissa Babymart Ujungpangkah Gresik. *DIVERSITY Logic Journal Multidisciplinary*, 1(2), 51–55. <https://doi.org/10.61543/div.v1i2.27>
- Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN (DASAR DAN KONSEP)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ifthiharfi, R. (2021). *Tren Konsumsi Kopi Nasional*. Redaksi. <https://www.theconomics.com/infographic/38699/>
- Indriati, S. N. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (Process, Physiycal Evidence, People) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Sultan Laundry BRP Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7).

- Jariyah, N. A., Sari, K., & Sukmono, R. A. (2024). Influence of People, Price Perception, and Physical Evidence on Purchasing Decisions Mixue Prigen. Pengaruh People, Persepsi Harga, dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Prigen. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2).
- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke 1). Erlangga, jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing (17th Edition)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Priciples Of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kurniawan, A. R. (2021). *MARKETING 101 Segala Hal Tentang Marketing Dan Sales*. Quadrant.
- Lupiyoadi, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. CV.Andi Offset.
- Marcellino, R., Willem, & Roring, F. (2023). Pengaruh Promosi, Physical Evidence, Harga Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 11(1), 786–797.
- Maulida, A. (2021). Strategi Marketing Humas Micro Café Tanjung Balai Dalam Mempertahankan Citra & Pelanggan Dari Pesaing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik [JIMSIPOL]*, 1, 1–15.
- Mulyono. (2019). Analisis Uji Asumsi Klasik. *Binus Article*, 1.
- Nabilah Muhamad. (2023). Indonesia Jadi Produsen Kopi Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022/2023. *Databoks*, 2022–2023.
- Nagara, K. R., Pauzy, D. M., & Barlian, B. (2022). Pengaruh Promosi Media Social dan Physical Evidence terhadap Keputusan Menginap (Survei pada Pengunjung Hotel Crown di Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(9), 3059–3065.
- Nainggolan, F. S., & Novianto, A. M. (2022). Pengaruh Promosi Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pada PT. Sepatu Bata Tbk. Cabang Karawang. *Widya Manajemen*, 4(2), 127–139. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2.2629>
- Nisa, K., Alim, S., & W, W. K. (2023). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mie Gacoan Cikarang Selatan. 6(1), 279–286.
- Prihartono. (2023). The Influence of Promotion and Store Image on Purchasing Decisions at Daryanto Store. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 4(3), 630–636. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v4i3.1831>
- Priyanti, W. G., Sulismadi, & Kumalasari, L. D. (2022). Gaya Hidup Nongkrong Mahasiswa di Malang (Studi Pengunjung Kedai Kopi Or Traffic Sengkaling, Kabupaten Malang). *JSN: Journal Sosiologi Nusantara*, 8(2), 265–278.

- Purnama, Y. (2021). *Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian solaria sumedang*. 1–13.
- Rahmah, A. (2022). *PENGARUH HARGA DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ROOFTOP COFFEE BANDUNG*. 1–6.
- Renaldo et al. (2023). Pengaruh Promosi, Physical Evidence, Harga Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Manado. *Jurnal Emba Vol 11 No 1 Februari 2023*, 11(1), 786–797.
- Rivaldo, Y., Yusman, E., & Supardi. (2021). Pengaruh Physical Evidence, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford pada Indomaret Sungai Harapan Batam. *Jurnal As-Said*, 1(1).
- Rizal Hermawan, M., & Hadibrata, B. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Suasana Toko, Kualitas Layanan, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Dengan Sikap Intervening. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 2(8), 780–795. <https://doi.org/10.58344/locus.v2i8.1579>
- Rizky, I. M., Mansur, M., & Khalikussabir. (2023). *Pengaruh Physical Evidence, People Dan Process Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Rizky Halimah Salon)*. 12(02), 221–232.
- Rosmayati, I., Hanifah, H. S., & Budiman, A. F. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kopi pada Mahkota Java Coffee Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*.
- Saputra, S., Putri, H., & Hakim, F. N. (2020). Mempertahankan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Barista di Senja Coffee and Memories Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata*, 7(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- Sarwono, J. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF MENGGUNAKAN SPSS*. GAVA MEDIA.
- Sudita, & Kasmad. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CAFE PADA PT. KARYA MASYARAKAT MANDIRI KEMANG BOGOR. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2, 179–191.
- Sudrartono, T., Soegoto, A. S., Lumanauw, N., Malihah, L., Mokoginta, S. C., Syahputra, Sudirman, A., Agustini, I. G. A. A., Putra, A. R., & Triwardhani, D. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa* (D. E. Putri, Ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. ALFABETA, cv.

- Suryani, I., & Syafarudin, A. (2021). Effect of Sales Promotion on Purchasing Decisions. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, 2(2), 122–133. <https://www.ilomata.org/index.php/ijtc>
- Suryani, S. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BASRENG (BAKSO GORENG) DI E-COMMERCE*.
- Tanadi, E., & Sutanto, J. E. (2023). the Influence of Price, Place, Promotion, Process, and Physical Evidence on Product Purchase Decisions in the Creative Industry (Case Study on Ooaa Puzzle). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(2), 527–536.
- Triyono, A., & Warnadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta).
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN PENENTUAN METODE DENGAN PENDEKATAN PARTIAL LEAST SQUARE-STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)*. PT Refika Aditama.
- Wirapraja, A., & Dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Yuliarmi, N. N., & Marhaeni, A. A. I. N. (2019). *METODE RISET Jilid 2*. cv. sastra utama.