

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. M., & Suciana, A. (2019). The Influence of Location, Price and Service Quality on a House Purchase Decision. *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)*, 4(8).
- Anggraini, A. B., & Saino. (2022). Pengaruh Harga, Physical Evidence, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1).
- 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. <https://doi.org/https://doi.org/10.2991/aebmr.k.211124.063>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran* (1st ed.). UMSIDA Press.
- Harmono. (2024). Peran Harga dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Arkha Motor. *Teaching and Learning Journal of Mandalika (Teacher)*, 4(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.36312/teacher.v5i2.3191>
- Hemas, D. P., & Cyasmoro, V. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Bozzi Coffee Jakarta Selatan. *ECo-Buss*, 7(1), 379–389. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1452>
- Hutajulu, H., Maichal, Munawar, A., Dianawati, A., Tampubolon, A. S., Kartikasari, M. A., Zalgo, E. F., & Lishobrina, L. F. (2024). *Buku Ajar Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ifthiharfi, R. (2021, December 29). *Tren Konsumsi Kopi Nasional*. <https://www.theiconomics.com/infographic/38699/>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Karyani, & Lestari, R. B. (2024). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Coffee Shop Enamdua Palembang. *Jurnal MDP*, 3(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16e ed.). Pearson Education.

- Kurniawan, A. R. (2021). *Marketing 101: Segala Hal Tentang Marketing dan Sales*. QUADRANT.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Machali, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF - Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan & Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mukminin, M. K., Haryanti, I., & Mukminin, A. (2024). Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Snake Coffee. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(4), 123–132.
<https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i4.1022>
- Pradana, M., Rubiyanti, N., & Marimon, F. (2024). Measuring Indonesian young consumers' halal purchase intention of foreign-branded food products. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 150. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02559-0>
- Pratama, Y., Fachrurazi, Indra, S., Abdullah, M. A. F., Noviany, H., Narulita, S., Apsara, O., Zulkarnain, I., & Fermayani, R. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen (Analisis dan Strategi di Era Digital)*. CV. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Purwanto, A. (2024, August 15). *Mengapa Kafe dan Kedai Kopi Kian Marak di Indonesia?* Kompas.
<https://www.kompas.id/baca/riset/2024/08/15/mengapa-kafe-dan-kedai-kopi-kian-marak-di-indonesia>
- Puteri, A. R., & Jamiat, N. (2024). The Influence of Promotion and Physical Evidence on Purchasing Decisions at Wisma Sukapura Hotplate, Bandung Regency. *Journal of Advances in Accounting, Economics, and Management*, 2(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.47134/aaem.v2i1.457>
- Rahmah, A., & Jamiat, N. (2022). Price Effect and Physical Evidence on Purchase Decision at Rooftop Coffee Bandung. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3). <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6147>
- Rahmawati. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing?* CV BUDI UTAMA.

- Rajagukguk, V. N. E., Hidayah, T., & Maspufah, H. (2024). Analisis Pengaruh Product, Price, Promotion, Place, People, Process, dan Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Katering di Karen Katering Jember. *Jurnal RIEMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Business, Dan Akuntansi*, 2(2).
- Redondo, E., & Rosita, N. H. (2021). The Effect of Store Atmosphere, Price and Location towards Purchase Decision (Study on Roketto Coffee & CO Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (1st ed.). DEEPUBLISH.
- Saota, S., Buulolo, P., & Fau, S. H. (2021). Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di UD. Trialvela Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2).
- Septiningsi, E., Suhardi, A. M., & Hasbi, A. R. (2023). Pengaruh Lokasi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Nanda Mart Masamba. *Efektor*, 10(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.29407/e.v10i1.19328>
- Siahaan, S. D. N., Putriku, A. E., & Saragih, L. S. (2022). *Pengenalan Bisnis Teori dan Praktik* (1st ed.). CV. Merdeka Kreasi Group.
- Sudarmayasa, I. W., Atmojo, A. R. D., Noor, M. F., & Ramadhani, S. (2024). Analisis Penerapan Standar Pelayanan Pramusaji Kopi Lain Hati Meranti Kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur. *Sebatik*, 28(1).
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). ALFABETA,cv.
- Sulastrri, A., & Prasetyo, B. (2022). PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI PD RAHARJA CIMAHI. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 2(6), 333–348.
<https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.301>
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. IPB Press.
- Tanadi, E., & Sutanto, J. E. (2023). The Influence of Price, Place, Promotion, Process, and Physical Evidence on Product Purchasing Decisions In The Creative Industry (Case Study On

- OOAA Puzzle). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(2).
- Tjiptono, F. (2019). *Service Quality & Customer Satisfaction* (5th ed.). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran*. CV. ANDI OFFSET.
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Usia Sebagai Moderator. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.2870>
- Yulanta, R., & Utomo, B. (2024). Pengaruh Physical Evidence, Green Marketing, dan Islamic Advertising Ethics Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 86–120. <https://doi.org/https://doi.org/10.37252/jebi.v3i2.898>
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.