

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriani, N., Fiqriyani, A., Dinda, A., Fadiyah, N., Fatimah⁵, P. N., & Aliyah, S. F. J. (2024). *Pengaruh Pemasaran Meda Sosial Instagram dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian UMKM Toko Kopi Tuku*. 4, 14286–14295.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 26*, Edisi 10. In *Universitas Diponegoro*.
- Hidayat, M. S. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen*. 6.
- Iskandar, F. N., Budiatmo, A., Ainuddin, I., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2025). *KEPUTUSAN PEMBELIAN (PADA KONSUMEN NYCTOPHILY COFFEE Pendahuluan Kedai kopi di Indonesia berkembang pesat mengikuti perubahan regional yang semakin*. 14(2), 574–586.
- Khusna, G. K., & Oktafani, F. (2017). *PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN DUNKiN'DOUTS BANDUNG*. 11(1), 27–36.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. In *Edisi Millenium, Jilid 1* (13th ed., Vol. 1, Issue 2).
- Lenteralega, M., & Chaska, M. H. W. (2024). *Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Kopi Tuku* . 3, 517–534.
- Lestari, A. M., & Hanny, R. (2025). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Overthinking Coffee di Tangerang Selatan*.
- Lutfi, A. (2019). *Penge 75 in menggunakan problem solving dalam problem posing berbasis penemuan saintifik*. 6(1), 27–38.
- Maulana, A. A., & Hadita. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara*. 2(1).
- Meisye, S. P., & Muhmin, A. M. (2023). *The Influence of Electronic Word of Mouth and Brand Image on Purchase Intention in Tuku Coffee Shops the Tangerang Area Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Merek terhadap Minat Beli Toko Kopi Tuku Wilayah Tangerang*. 2(4), 887–898.
- Muzaki1, M. F., Mulyani, I. D., & Khojin, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan ,*

Harga dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Luang Waktu Coffee). 1(1), 44–57.

- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). 1.*
- Oktrichaendy, F., Pradhanawati, A., & Waloejo, H. D. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LOST IN COFFEE SEMARANG. 11(3), 452–460.*
- Pembelian, K., Kopi, D., Sihombing, K. A., & Chodidjah, S. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap. 13–22.*
- Pertiwi, P., Amelia, K. R., Adiningsih, W., & Anggraini, K. (2022). *PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ROUTINE COFFEE & EATERY DI TANGERANG SELATAN. 2.*
- Pratama, M. D., & Paludi, S. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA NIRWANA COFFEE SPACE BOJONGGEDE. 17(3), 10–11.*
- Produk, P. K., Pelayanan, K., Persepsi, D. A. N., & Terhadap, H. (2023). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di kopi janji jiwa harapan indah. 10(2).*
- Rahmawaty, F., & Solihin, D. (2023). *Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Faw Coffee Victor Kota Tangerang Selatan. 3(1), 69–80.*
- Subagja, T., Sasmita, E. M., & Bida, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Promosi , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Original Kopi Di Gerai Kacang Pedang , Kota Pangkalpinang. 7(1), 136–146.*
- Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian janji jiwa coffee citra raya. 4(2), 24–32.*

- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Wulandari, & Sunanto. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Pujaan Di Gading Serpong Tangerang*. 1(5), 736–741.
- Yudha, N., Widi, I., & Meutia, K. I. (2024). *Pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada sokin warkop di bekasi utara*. 2(3).
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2012). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. Halaman 123–138
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988) SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. hlm. 15–17, dimensi SERVQUAL: hlm. 22–29
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi pemasaran (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Consumer Behavior (10th ed.). Pearson Education, hlm. 487–491.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education, hlm. 37–38 dan 195–200.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset, hlm. 219–224.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), hlm. 12–40.