

DAFTAR PUSTAKA

- aaker. (2011). *brand relevance*. jossey-bass.
- adi, n. r. m., ramadhan, m. r. i., aristawati, t., & pratama, s. a. (2022). pengaruh word of mouth dan brand awareness terhadap keputusan pembelian makanan di shopeefood. *briliant: jurnal riset dan konseptual*, 7(2), 420. <https://doi.org/10.28926/briliant.v7i2.1001>
- adnyana, g. w. w. m., & panasea, n. o. (2024). *peran word of mouth memediasi pengaruh customer experience terhadap keputusan pembelian di pasar seni kabupaten*. 29(02), 119–132.
- aryandi, j., & onsardi. (2020). pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada cafe wareg bengkulu. *jurnal manajemen modal insani dan bisnis*, 1(1), 117–127. <http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/12>
- astana, & awatara, k. . (2019). *pengaruh positioning dan brand awareness terhadap keputusan pembelian kopi banyuatis studi pada (konsumen kopi banyuatis di buleleng)*. 12(2), 1–17.
- aubrey wijaya, william vincent, & mangihut tampubolon. (2024). pengaruh customer experience terhadap keputusan pembelian produk karung goni dan kotak. *journal of trends economics and accounting research*, 4(3), 640–646. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1027>
- bahri. (2018). *metode peneltian bisnis*. andi.
- cholis, n., irawan, r., maradat, s., purbawati, d., listyorini, s., & nurseto, s. (2023). pengaruh e-service quality dan customer experience terhadap keputusan pembelian (pengguna layanan gofood mahasiswa fisip universitas diponegoro semarang). *jurnal ilmu administrasi bisnis*, 12(1), 266–275. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- dewi, & hasibun. (2016). ‘pengaruh pengalaman (customer experience) terhadap kepuasan konsumen pada warung makan kuliner jawa rantauprapat’. *jurnal penelitian manajemen dan inovasi riset*, 1, 373–384.
- dosi, m. u., fourqoniah, f., & sanjaya, a. (2023). pengaruh harga, produk, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi borneo di kota samarinda. *jurnal istiqro*, 9(2), 131–144. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i2.1863>
- firmasyah, anang, a. (2018). *perilaku konsumen: sikap dan pemasaran* (pertama).
- fitria, n. t., & pratiwi, n. d. (2020). pengaruh customer experience, diferensiasi

produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di pusat grosir solo. *edunomika*, 04(01), 227–235. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/download/857/pdf>

fitriza ferunita koto, gita sari agape soebijakto, & erica adriana. (2023). pengaruh atmosfer café dan customer experience terhadap pengambilan keputusan customer yaitu mahasiswa malang dalam pemilihan tempat coffee shop untuk belajar. *cemerlang: jurnal manajemen dan ekonomi bisnis*, 3(3), 08–19. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i3.1332>

hartini, s., & sari, d. r. (2020). pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada kedai mie korea. *jurnal bisnisan: riset bisnis dan manajemen*, 2(1), 31–42. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v2i1.15>

hetmawan, a. (2020). metode riset penelitian kuantitatif penelitian dibidang manajemen, teknik, pendidikan, dan eksperimen. *deepublish.*, deepublish.

isfiandi, & amin, a. m. (2019). pengaruh variasi produk, harga, dan customer experience terhadap keputusan pembelian ulang keramik mulia tile pada pt. surya asia abadi di pekanbaru. *jurnal akuntansi, kewirausahaan dan bisnis*, 4(1), 114–129.

keller, k. l., & armstrong, g. (2017). *principles of marketing* (17th ed.). pearson.

keller, philip, & amstrong. (2017). *manajemen pemasaran* (13 (ed.)). erlangga.

keller, & swaminathan. (2020). *strategic brand managemt.* pearson.

kotler, & keller. (2019). *marketing management.* pearson education.

kotler, & kotler. (2016). *marketing management* (15th ed.). global edition.

kotler, p., & keller, k. l. (2017). *manajemen pemasaran* (12th ed.). pt indeks.

liswandany, f., supriyono, & fitriyah, z. (2022). pengaruh lokasi dan word of mouth terhadap keputusan pembelian pada dolan kopi surabaya. *seiko: journal of management & business*, 5(2), 71–80.

lupiyoadi. (2016). *manajemen pemasaran jasa: berbasis kompetensi* (empat).

lupiyoadi, r., & ikhsan, r. b. (2015). *praktikum metode riset bisnis.* salemba empat.

manik, c. m., & siregar, o. m. (2022). pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian pada konsumen starbucks di kota medan. *journal of social research*, 1(7), 694–707.

mokoagouw, a. j. h., maryam mangantar, & debry ch. a. lintong. (2023). pengaruh brand awareness dan perceived quality terhadap keputusan pembelian dalam

- menggunakan jasa grab (studi kasus mahasiswa feb unsrat manado). *jurnal emba : jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 11(02), 290–300. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.46276>
- nawangsih, ariyono, k. y., & ifa, k. (2019). *manajemen pemasaran*.
- nur, l. z., & prihartini, e. (2023). *pengaruh brand awareness dan surbvice quality terhadap keputusan pembelian pada konsumen mixue menjul majelengka*. 4, 141–151.
- paramita. (2021). *metode penelitian kuantitatif: buku ajar perkuliahan metodologi penelitian bagi mahasiswa akuntansi dan manajemen*. widyagama press.
- pertiwi, d. (2022). pengaruh kualitas pelayanan, brand awareness dan diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian di tok's kuliner dalung. *jurnal emas*, 4(9), 51–70. file:///c:/users/asus/downloads/17.218-231-1.pdf
- pratama, r., & sutrisna, s. (2023). pengaruh lokasi, fasilitas, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada bakso bandi kota tangerang. *nikamabi*, 2(1), 49–59. <https://doi.org/10.31253/ni.v2i1.2373>
- priansa, d. j. (2017). *komunikasi pemasaran terpadu (pada era media sosial)*. cv. pustaka setia.
- purusottama, a., & budihardjo, a. (2022). *fenomena bisnis ekonomi terkini* (r. aprieska & eko y. napitupulu (eds.)). prasetiya mulya publishing.
- rismalaningrum. (2017). faktor-faktor pertimbangan pebisnis dalam pemilihan lokasi usaha batik (studi pada ikm batik di kabupaten sleman). *performa*, 5, 17–25.
- riyanto, s., & hatmawan, a. a. (2020). *metode riset penelitian kuantitatif : penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. deepublish.
- rokima, f., basalamah, m. r., & arsyianto, m. t. (2023). pengaruh digital marketing, word of mouth dan customer experience terhadap keputusan pembelian varian chatime di malang (studi kasus pada mahasiswa manajemen universitas islam malang). *jurnal riset manajemen*, 12(02), 363–371.
- rosmayanti, m. (2023). *pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian konsumen mixue*. 05(03), 8126–8137.
- salarupa, j. c. r., tumbel, a. l., & loindong, s. s. r. (2020). *pengaruh viral marketing, emotional branding. dan customer experience terhadap keputusan pembelian pada follow coffee manado*. 8(4), 90–99.
- santoso, m. h. ., & anggraini, d. . (2023). pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian masker mouson pada mahasiswa

- fakultas ekonomi universitas islam lamongan di masa pandemi covid-19. *journal of student research*, 1(1), 414–422. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1073>
- saota, s., buulolo, p., & fau, s. h. (2021). pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di ud. trial vela kecamatan fanayama kabupaten nias selatan. *jurnal ilmiah mahasiswa nias selatan*, 4(2), 135–142.
- sari, m., & kapuy, h. r. (2021). pengaruh interior display dan customer experience terhadap keputusan pembelian di cafe butterfly. *jurnal ekomen*, 21(1), 39–46.
- shartanto, djatnika, ruhadi, & triyudi. (2017). *pengelolaan & pemasaran*. alfabeta.
- siti nur nahya, n.rachma, a. r. s. (2019). pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen drk cafe bondowoso). *universitas islam malang*, 8(11), 1–16.
- sugiyono. (2015). *metode penelitian manajemen*. cv. alfabeta.
- sugiyono. (2017). *metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan r&d)*. alfabeta.
- sugiyono. (2018). *metode penelitian dan r&d*. alfabeta.
- sugiyono. (2019a). *metode penelitian & pengembangan*. cv. alfabet.
- sugiyono. (2019b). *metode penelitian*. cv. alfabeta.
- sukmo aji, n. r., & nobelson, n. (2024). pengaruh konten sosmed, customer experience dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada suasana kopi. *ikraith-ekonomika*, 7(2), 38–50. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3333>
- tjiptono, f. (2015). *pemasaran jasa*. andi.
- tjiptono, f. (2020). *strategi pemasaran prinsip dan penerapan*. andi.
- usmariyati, t. r., & samboro, j. (2021). pengaruh nuansa toko (store atmosphere) dan lokasi terhadap keputusan pembelian di chill coffee gubugklakah malang. *jab jurnal aplikasi bisnis*, 7(2), 157–160.
- wahyuningtyas, s. z., & habib, m. a. f. (2024). *pengaruh lokasi , promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada ayam geprekku bandung tulungagung*. 4.
- wardhana, a. (2022). *brand marketing: the art of branding*. cv. media sains indonesia.

- wardhana, a. (2024). *brand management* (p. . mahir pradana (ed.)). eureka media aksara.
- widia, p. p., & kumbara, v. b. (2024). *pengaruh promosi dan customer experience terhadap keputusan pembelian dengan rating sebagai variabel intervening (studi kasus pengguna marketplace lazada pada mahasiswa manajemen bp 22 upi " yptk " padang) universitas putra indonesia yptk padang menguba*. 2(2).
- wulandar, & mulyono. (2024). *keputusan pembelian konsumen* (m. p. dr. fitri rezeki, s.pd. (ed.)).
- yan, r. g. p. s., repi, a., & lumanauw, b. (2018). pengaruh promosi penjualan dan lokasi terhadap proses keputusan pembelian kendaraan bermotor di pt tridjaya mulia sukses manado. *jurnal emba: jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 6(1), 101–110.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/18831>.

