

DAFTAR PUSTAKA

- Adwimurti, Y., & Sumarhadi. (2023). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 3(1), 74-90. Retrieved from <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/jmb/article/download/3070/1340>
- Aladin, A. M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AL JAMI COLLECTION DI KABUPATEN BOGOR. JAKARTA: SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA. Retrieved from <http://repository.stieipwija.ac.id/985/1/ABDUL%20MALIK%20FULL%20DOC.pdf>
- Amalia, N. (2023). *ANALISIS PROSPEK PEMASARAN KOPI LOKALATE SEBAGAI PRODUK INOVASI MINUMAN KOPI DARI PT NUTRIFOOD INDONESIA AREA PALEMBANG*. Indralaya: UNIVERSITAS SRIWIJAYA. Retrieved from https://repository.unsri.ac.id/116931/2/RAMA_54201_05011281924032_0017067005_01_front_ref.pdf
- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, Primadewi, K., Habibah, U., Peny, T. L., . . . Dharta, F. Y. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. 08, 86-94. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/36354/32314>
- Anhar, G., Sari, V. N., & Putri, D. A. (2025). Pengaruh Brand Image dan Promosi Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Studi Kasus pada Balisujuk.id Payakumbuh. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 3, 137 - 150. doi:<https://doi.org/10.61132/lokawati.v3i2.1634>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DI KOTA MANADO. *Jurnal EMBA*, 9(2), 663 - 674. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/38284/34957>
- Anisa, N., & Solihin, D. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Teh Susi Cabang Desa Cibentang Ciseeng Bogor. *Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 3, 83-89. Retrieved from <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JMW/article/download/33090/16093>

- Anto, L. O., Yusuf, S., & Andari, E. R. (2022). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE (Studi Empiris Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Halu Oleo). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan (JAK)*, 7(2), 160 - 166. Retrieved from <https://jak.uho.ac.id/index.php/journal/article/download/15/24>
- Antonny, E., Fitriano, A., & Wahyuni, N. S. (2024). The Influence Of Customer Satisfaction, Distribution And Personal Selling On Purchasing Decisions In PT Multi Medika Labolatory. *anagement Studies and Entrepreneurship Journal*, 5, 2918 - 2927. Retrieved from <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/4399/2447>
- Anugerah, R. O., & Sumantyo, F. D. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DI PT AGUNG ANUGERAH MOTOR BEKASI. *ECONOMINA*, 2. Retrieved from <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/399/356>
- Ariyani, A. (2020). PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK, PEMASARAN RELASIONAL DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada PT. BPRS Sukowati Sragen). SALATIGA: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SALATIGA. Retrieved from <http://perpus.iainsalatiga.ac.id/lemari/fg/free/pdf/?file=http://perpus.iainsalatiga.ac.id/g/pdf/public/index.php/?pdf=9596/1/SKRIPSI%20FIX%20ARRATRI%20ARIYANI>
- Aryani, D. N., Hartutik, Yusda, D. D., Diwyarthi, N. D., & Setianti, Y. (2023). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Marketplace Shopee. *Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 9, 2438-2443. Retrieved from <https://lembagakita.org/journal/jemsi/article/view/1664/1281>
- Aryaputra, A. (2023). PENGARUH PROMOSI, HARGA, CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Empiris Pada Pelanggan “Es Coklat Impian” di Magelang).MAGELANG: UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG. Retrieved from https://repositori.unimma.ac.id/4027/1/19.0101.0076_COVER_BAB%20I_BAB%20II_BAB%20III_BAB%20V_DAFTAR%20PUSTAKA%20-%20Abhirama%20Aryaputra.pdf

- Aslam, M. K. (2023). *ANALISIS PERILAKU KONSUMEN CAFÉ (Studi Pada Pelanggan Kopi Kenangan Outlet Soehat Kota Malang)*. MALANG: UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG. Retrieved from <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/794/>
- Augustin, S. R., & Hidayat, R. S. (2024). PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN(Studi pada Konsumen Kopi Kenangan Ruko Puri Beta di Tangerang). *ILMIAH MANAJEMENDAN AKUNTANSI*, 1(5), 148-159. Retrieved from <https://journal.smartpublisher.id/index.php/jimat/article/view/243/217>
- Azzahra, S. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP REPURCHASE INTENTION DIMEDIASI CUSTOMER SATISFACTION PADA KOPI KENANGAN DI KOTA MEDAN. MEDAN: UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA. Retrieved from <http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/22290/SKRIPSI%20SALSABILA%20AZZAHRA%201905160480.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Budiono, K. N. (2022). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KOPI KENANGAN DI KOTA MAKASSAR. JAKARTA: INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE. Retrieved from <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/4434/>
- Dewanti, S. R. (2023, Januari 1). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI KENANGAN SURABAYA CABANG MULYOSARI. *Ilmu dan Riset Manajemen* 12. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/5243/5266/>
- Diwirya, K. (2023). PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI KENANGAN DI KOTA TANGERANG. TANGERANG: UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA.Retrieved from <https://repositori.buddhidharma.ac.id/1875/3/COVER%20-%20BAB%20III.pdf>
- Donovan, S. R., & Fadillah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah PariwisataKesatuan*, 1, 1-8. Retrieved from <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jipkes/article/view/322/330>
- Durriyah, A. K., & Andarini, S. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas

- Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Kopi Kenangan The Avenue Merr Surabaya. *Journal of Management & Business*, 6(1), 693-705. doi:10.37531/sejaman.v6i1.3971
- Egim, A. S., Fermayani, R., Yuliana, L., & Janurdin, H. (2024). MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI HARGA DAN PROMOSI PADA OUTLET KOPI KENANGAN DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Bisnis Net*, 7(2), 732-744. doi:10.46576/bn.v7i2.5001
- Erlia, P. (2022). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. INDAH SAKTI KOTAPINANG. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANG SIDIMPUAN. Retrieved from <https://etd.uinsyahada.ac.id/8120/1/1740200024.pdf>
- Fajrianti, R. G. (2021). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AMIDIS (Studi Pada CV. Pelita Utama Kota Semarang). Semarang: UNIVERSITAS SEMARANG. Retrieved from <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2017/G.331.17.0147/G.331.17.0147-15-File-Komplit-20210818114901.pdf>
- Fatih, M. R., Winarso, W., & Anas, H. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI KAWULA MUDA BEKASI TIMUR. *ECONOMIA*, 2. Retrieved from <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/902/783>
- Fiodora, B. C. (2024). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN KOPI KENANGAN. YOGYAKARTA: UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA. Retrieved from http://ejournal.uajy.ac.id/32516/1/200325367_Bab%200.pdf
- Firdausi, F. N. (2024). PENGARUH E-PROMOTION, E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP MINAT BELI ULANG ONLINE PADA KOPI KENANGAN DI BEKASI. JAKARTA: UNIVERSITAS NASIONAL. Retrieved from <http://repository.unas.ac.id/9915/>
- Gemina, D., Agustin, M. M., & Samsuri. (2024). KEPUASAN PELANGGAN MEMEDIASI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2),

- 127-148. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/7590/5911>
- Gulo, T., Suryati, L., & Ginting, R. S. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fa. Banang Jaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3), 545-558. doi:DOI: 10.37641/jimkes.v10i3.1508
- Gultom, N. C., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Ingat Kopi Kota Sorong. 3. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/download/35046/32826/74117>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. 2, 69 - 72. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/download/32911/31075>
- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). PERAN SOSIAL MEDIA ATAS PERILAKU KONSUMTIF BELANJA BAGI IBU RUMAH TANGGA DI DESA LEBAKSARI KEC.PARAKANSALAK. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682 - 686. Retrieved from <https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri/article/view/618>
- Hair, J. F., Hult, T. G., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).
- Inprandi, H. D. (2023). *PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA GOFOOD PADA WARUNG MAKAN BU SRIKUNTI CIPETE UTARA, JAKARTA SELATAN*. JAKARTA: UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA. Retrieved from <https://repository.usni.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=3562&bid=3441>
- Jasumin, R. J., & Andy. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi. *Ekonomi dan Bisnis*, 2(2). Retrieved from <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/download/2205/1448/6604>
- Kafabih, A. F. (2024). *ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA SISTEM APLIKASI MYMRTJ DENGAN MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN DELONE MCLEAN INFORMATION SYSTEM SUCCESS MODEL*. JAKARTA: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA. Retrieved from <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/76992/1/ADIB%20FAHRI%20KAFABIH-FST.pdf>

- Kristopher, F., Sam'un, M., & Wijaya, I. P. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan Cipayung Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(4), 308-316. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.10516496>
- Kurniasari, R. P., & Hastuti, M. A. (2023). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN BARANG PT. POS INDONESIA DI TULUNGAGUNG. *JURNAL ECONOMINA*, 2, 1997 - 2010. Retrieved from <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/710/660>
- Kuswandi, D., & Nuryanto, G. (2021). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2, 1705 - 1722. Retrieved from https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/94198167/483-libre.pdf?1668462537=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPengaruh_Harga_Promosi_dan_Kualitas_Pela.pdf&Expires=1742512858&Signature=WSTK7gDFg~Sq8EDpQUAfVZFAHLz2qHcZqoMbef1aOST-johT70~hw6TY7h
- Laura, N., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Harga dan Layanan Cash on Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Moderasi. *Journal of Management & Business*, 5, 140 - 148. Retrieved from <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1873/1234>
- Laurentius, J. F. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI KENANGAN DI KOTA HARAPAN INDAH BEKASI*. JAKARTA: INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE. Retrieved from <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/4442/1/HALAMAN%20JUDUL.pdf>
- Listiyowati, K. R., & Irmawati. (2024). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Di Shopee Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Manajemen dan Bisnis*, 6, 56-71. Retrieved from <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/MdB/article/view/8875/pdf>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U PADA HASANAH MART AIR HAJI. *JURNAL ECONOMINA*, 2(2), 477 - 490. Retrieved from <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/326/303>
- Marpaung, M. V., & Saputri, M. E. (2021). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CAFE KOPI MASSA KOK TONG LIM

- MING TEBING TINGGI. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5, 355 - 361. doi:<https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1418>
- Mukuan, K. D., Mandey, S. L., & Tampenawas, J. L. (2023). PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN DI RUMAH MAKAN MAJI AYAM GEPREK CABANG JALAN BETHESDA SARIO. *Jurnal EMBA*, 11, 642 - 652. doi:<https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51433>
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3), 511-518. doi:10.37641/jimkes.v10i3.1539
- Mutiara, S., & Rahmiati. (2024). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KLINIK KECANTIKAN AISKIN PADANG. *Manajemen dan Pendidikan Dasar*, 4, 915 - 928. doi:<https://doi.org/10.58578/arzusin.v4i5.3750>
- Nasution, A. E., & Sari, W. E. (2025, Januari 1). Peran kepuasan pelanggan sebagai mediator variable harga dan promosi terhadap Keputusan pembelian. *Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 8. Retrieved from <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/1872/902>
- Nasution, K. S. (2024). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN BRAND TRUST TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (Studi Pada Pelanggan Kafe Kopi Kenangan Centre Point)*. MEDAN: UNIVERSITAS MEDAN AREA. Retrieved from <https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/26030/1/188320356%20-%20Khuzafah%20Sari%20Nasution%20-%20Fulltext.pdf>
- Ningrum, D. T., & Isa, M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Social Media Marketing dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Management & Business*, 6(2), 193 - 212. Retrieved from <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/4371/2849>
- Ningrum, Puri, L. M., & Ratnasari, E. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(1), 394 - 403. Retrieved from <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jsr/article/download/1067/874>
- Ningsi, W. P., & Ekowati, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW. *MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS*, 2. Retrieved from <https://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/36/33>

- Nurchasanah, D., Lukitaningsih, A., Cahyani, P. D., & Udayana, I. B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Tiktok Shop. 5(3), 1081 - 1095. Retrieved from <https://journal.laaroiba.com/index.php/reslaj/article/view/1693/2363>
- Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Z, G. (2023). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 6(2), 125-135. doi:<https://jurnal.uns.ac.id/ijas/article/view/78921>
- Nurkhasanah, S., & Mahmud. (2022). PENGARUH PERSEPSIAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG ONLINE YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA SHOPEEFOOD). *Manajemen dan Dinamika Bisnis*, 1, 1-16. Retrieved from <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/JMDB/article/view/6907/3284>
- Nursiti, & Syafarudin. (2023). HARGA DAN PROMOSI BERDAMPAK TERDAPAK KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 6(1), 75 - 84. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/372254477_HARGA_DAN_PROMOSI_BERDAMPAK_TERDAPAK_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_KOPI_KENANGAN/fulltext/64ad47118de7ed28ba911d8d/HARGA-DAN-PROMOSI-BERDAMPAK-TERDAPAK-KEPUTUSAN-PEMBELIAN-KOPI-KENANGAN.pdf
- Octadyla, M. M., Maulana, C. Z., & Diem, M. J. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Pengetahuan Serta Tinjauan dari Perspektif Ekonomi Islam (Survei pada Konsumen Perumahan Surya Akbar Tanjung Barangan Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9, 254 - 267. doi:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7803>
- Pauzy, D. M., Wibawa, G. R., & Arif. (2023, Maret 1). THE EFFECT OF PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION WITH PURCHASE DECISION AS AN INTERVENING VARIABLE ON SHENY'S KELOM PRODUCTS IN THE TASIKMALAYA CITY. *Ilmiah Manajemen*, 11, 73-81. Retrieved from <https://ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/2765/1074>
- Piyoh, D. D., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2024). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Edunomika*, 8(1), 1 - 6. Retrieved from <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/11945/pdf>
- Pujiwati, M., Dewi, R. S., & Hadi, S. P. (2023). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN OASIS BUBBLE MILKTEA AND DESSERT DI KOTA MAGELANG). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12, 729 - 737. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/38503/30380>

Puspitorini, R. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEMPEKITA PADA KONSUMEN RUMAH TEMPE INDONESIA KOTA BOGOR*. JAKARTA: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH. Retrieved from <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/68525/1/RE-TNO%20PUSPITORINI-FST.pdf>

Putra, K. R., Landra, N., & Puspitawati, N. M. (2022). PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARAYAWAN PADA LPD SE-KECAMATAN TABANAN. *Jurnal EMAS*, 9(3), 126 - 137. Retrieved from <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/download/4268/3309/9831>

Putri, R. A. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI PROMOSI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KEDAI KOPI JANJI JIWA SURABAYA CABANG ROYAL REGAL. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 12. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/5486/5523/>

Rahmawati, M., Hijuzaman, O., & Yudhanegara, D. (2022). Pengaruh Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah melalui mediasi Kepuasan Pelanggan di PT. Bumi Jaya Propertindo. *urnal Teknologika*, 12(2), 1-6. Retrieved from <https://jurnal.wastukancana.ac.id/index.php/teknologika/article/view/179/131>

Ramadhan, R. H., & Susila, I. (2024). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN. *Bina Bangsa Ekonomika*, 17(2), 1791 - 1808. doi:<https://doi.org/10.46306/jbbe.v17i2.617>

Riyanti, A. S. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOPI JANJI JIWA DI NGANJUK*. Kediri: UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI. Retrieved from

https://repository.unpkediri.ac.id/6547/3/RAMA_61201_18102020194_0711118603_0713076803_01_front_ref.pdf

- Ronsumbre, Y. K., & Telagawathi, N. L. (2022). PENGARUH PROMOSI DAN E-SERVQUAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BERBELANJA ONLINE DI SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN TAHUN 2019). *Jurnal Manajemen*, 8, 17 - 23. Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/33099/21664>
- Sabilla, S. S., Febriansyah, R. E., & Sumartik. (2024). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Somethinc di Sidoarjo. 24, 2852 - 2861. doi:<http://dx.doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.5566>
- salam, M. A., Napitupulu, I. H., Simanungkalit, E., Nst, H. P., & Benazira, A. (2024). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 2(4), 180-197. doi:DOI: <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i4.2460>
- Salsabila, A. (2023). *PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN*. YOGYAKARTA: UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/45682/19311231.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santosa, D. G., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1, 290 - 302. doi: <https://doi.org/10.32795/vol4wamrtno1th24>
- Saputra, D. F., & KN, J. (2023, Februari 1). PENGARUH KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN (Survey Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta 2017). *Bincang Komunikasi*, 1, 61-69. Retrieved from <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JBK/article/download/16540/8524>
- Saputra, R. A., Pratiwi, H., Sari, S., & Andira, A. P. (2025). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MARKETPLACE SHOPEE. 11. Retrieved from <https://ejournal.kompetif.com/index.php/dayasaing/article/view/2057/1566>
- Saragih, N. S. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYANTERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA ROEMAH KAYU COFFE SHOP*. MEDAN: UNIVERSITAS MEDAN AREA. Retrieved from

<https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/18934/1/178320129%20-%20Novi%20Sriyanti%20Saragih%20Fulltext.pdf>

- Sari, M. P., Rachman, L. A., Ronaldi, D., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. *Jurnal Enterpreneur dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), 122 - 129. Retrieved from <https://jurnal.umitra.ac.id/index.php/JEBI/article/view/513/459>
- Sari, R. H. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA FORE COFFEE KOTA SURABAYA*. Surabaya: STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA. Retrieved from <http://repositori.stiamak.ac.id/id/eprint/555/9/Skripsi%20Rania%20Hasna%20Sari%2020111086%20-%20Rania%20Hasna%20Sari.pdf>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA JOURNAL*, 2(1), 24-37. doi:<https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Septyarani, T. A., & Nurhadi. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. 7. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/download/15877/pdf>
- Setiawan, B. K., & Siahaan, S. L. (2023). PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI KENANGAN TAMINI SQUARE. *JURNAL HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT*, 10(2). Retrieved from <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/hcd/article/view/2470/1766>
- Sidauruk, S. L. (2023). *PRODUKTIVITAS DAN EFISIENSI USAHATANI KOPI ARABIKA (Studi Kasus: Kecamatan Dolok Pardamean, Kabupaten Simalungun)*. MEDAN: UNIVERSITAS MEDAN AREA. Retrieved from <https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/19481/2/178220041%20-%20Silvia%20Loren%20Sidauruk%20-%20Fulltext.pdf>
- Silitonga, P. S. (2021). *PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI INDOMARET CABANG GAPERTA MEDAN*. MEDAN: UNIVERSITAS MEDAN AREA. Retrieved from <https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/16435/2/168320315%20-%20Purnama%20Sary%20Silitonga%20-%20Fulltext.pdf>
- Simanjuntak, D. C., Salimi, V. A., Louis, V., & Johanes, T. (2020). PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJA PADA PT SUMINSURYAMESINDOLESTARI. *Manajemen*, 9(7), 2872-2894. doi:<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p20>

- Sinuhaji, L. S. (2023). *PENGARUH KEANDALAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI PEMEDIASI PADA PT MURNI EXPRESS BERASTAGI*. MEDAN: UNIVERSITAS MEDAN AREA. Retrieved from <https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/20172/1/188320009%20-%20Linus%20Semar%20Sinuhaji%20-%20Fulltext.pdf>
- Sitepu, J. H., Khair, H., & Pasaribu, F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia). *Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5, 200 - 214. Retrieved from <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/download/622/292/>
- Situmorang, U. Y. (2022). *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA DI SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS MEDAN*. MEDAN: UNIVERSITAS MEDAN AREA. Retrieved from <https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/18112/1/188320156%20-%20Uria%20Yanita%20Situmorang%20-%20Fulltext.pdf>
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Kuswandi, A. F., Sastri, L., Aswan, I. F., . . . Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Sondak, C., Tumbel, A. L., & Lintong, D. C. (2021). ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT. INDOGROSIR MANADO. 9, 754 - 64. doi:<https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.38323>
- Sunandar, A., Affandi, A., & Amar, A. (2024). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Alfamart Cabang Karawaci Residence Bojong Nangka Kelapa Dua Kabupaten Tangerang. *Pascasarjana Magister Manajemen*, 4, 317 - 338. Retrieved from <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH/article/view/43825>
- Tambunan, B., & Prabowo, B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Kartu Prabayar XL Axiata di Surabaya. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 858-875. Retrieved from <https://journal.laaroiba.com/index.php/alkharaj/article/view/3761/2750>
- Widiarti, A., Syamiya, E. N., & Supriatin, U. (2024, Mei 2). *PENGARUH KUALITAS, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN*

- PEMBELIAN. *LENTERA BISNIS*, 13. Retrieved from <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/1076/720>
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen(Studi Kasus Pada Restoran ABCDi Pantai Indah Kapuk). 1. Retrieved from <https://siberpublisher.org/index.php/JKMT/article/view/70/46>
- Winasis, C. L., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022, Maret). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). 3, 392-403. Retrieved from <https://dinastirev.org/JIMT/article/download/957/602/1867>
- Yakin , A. (2024). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY DENGAN E-TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI BSI MOBILE JABODETABEK*. JAKARTA: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA. Retrieved from [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/78725/1/AINU L%20YAKIN-FEB.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/78725/1/AINU%20YAKIN-FEB.pdf)
- Yufa, I. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Mirai Management*, 8(2), 614-626. Retrieved from <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/4871/3211>
- Yuhana, Setiawan, D., & Utomo, P. E. (2024). Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi dengan Pendekatan HOT-FIT Model. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 77-87. Retrieved from <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jsinbis/article/view/55298>
- Yuliani, M. P., & Suarmanayasa, N. (2021). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Poduk pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 146 - 154. Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/Prospek/article/view/31539/pdf>
- Zed, E. Z., Febrika, D., Marlina, Elviani, S., & Saputra, M. N. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI KENANGAN DI CIKARANG UTARA. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 8(6), 15 - 26. Retrieved from <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jsm/article/view/2901/2917>
- Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Nurjanah, S. J., . . . Fadilah, H. (2024). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF (TEORI, METODE DAN PRAKTIK)*. Widina Media Utama.