

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022a). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022b). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Alfian, & Susanti, R. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Padang. *Jurnal Economina*, 2(2), 3–4.
- Aprianti, W., & Tjiptodjojo, K. I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(2), 1275–1282. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i2.1645>
- Apriyadi, A., Muslihat, A., & Siregar, S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Limasan. *Forum Ekonomi*, 23(3), 421–430. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arif, D., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ecopreneur.12*, 3(2), 139. <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i2.780>
- Arroyo-López, P. E., Cárcamo-Solís, M. de L., Álvarez-Castañón, L., & Guzmán-López, A. (2017). Impact of training on improving service quality in small provincial restaurants. *Journal of Foodservice Business Research*, 20(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/15378020.2016.1192881>
- Aruan, A. D. K., Manalu, A. N., Manik, E., & Agusmanto, J. B. (2023). *Keterampilan Siswa Dalam Mengolah Data Statistika*. 7(2).
- Aurellia, D., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi pada Produk Skincare

- Lokal. *Performa*, 8(1), 93–101. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i1.3054>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK:Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik, IX*, 104–112.
- Damayanti, S. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Dan Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Tangcity Mall Kota Tangerang. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4, 464. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v4i1.7930>
- Diversitas, J. M., Sumarla, R., & Lubis, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Sampoerna Retail Community (Src) Cokro Roso Di Jakarta*. 3(2), 31–45. <https://ejournal-jayabaya.id/Manajemen-Diversitas>
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinely, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 78–82. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18046>
- Efdison, Z., Lova, A. N., & Hamdani, D. (2023). Pengaruh brand image dan kualitas produk pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Nur. *Jemba*, 2(4), 671–682.
- Erwan, E. S., & Edi Setiawan. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 129–140. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.822>
- Fajri, C., Amelya, A., & Suworo, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 369–373. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i1.425>
- Firmansyah, F., & Hidayat, T. (2023). Pengaruh Pelatihan, Kompensasi Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kinerja Driver Go-Jek Medan Polonia. *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(3), 348–358. <https://doi.org/10.24127/exclusive.v1i3.3963>
- Gabriella, T. P., Ellitan, L., & Kristanti, M. M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3946>
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan

- brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.200>
- Halimah, Q. N., & Suharyati. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 63–69.
- Hasbi, R., & Hadi, S. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Portobello Cafe Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1074–1084. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30605>
- Ihsan Fairuzsyifa, A., & Sulisty Nugroho, Y. (2024). Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Minat Calon Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta Menggunakan Python. *Jurnal Informatika Polinema*, 10(2), 265–272. <https://doi.org/10.33795/jip.v10i2.5014>
- Juhaidi, A., Fuady, M. N., Ramadan, W., & Ma'ruf, H. (2024). Instagram activities, engagement and enrollment intention in Indonesia: A case in the third largest island in the world. *Nurture*, 18(2), 435–455. <https://doi.org/10.55951/nurture.v18i2.642>
- Kalangit, L. M., Lolowang, T. F., Pinky, Y., & Rori, I. (2025). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Espresso Coffee Manado The Influence Of Social Media Marketing On Purchasing Decisions At Cafe Espresso Coffee Manado*. 21, 953–960.
- Karina, M., & Sari, N. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online TikTok Shop. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 6(2), 101–116. <https://doi.org/10.33753/madani.v6i2.277>
- Kasiono, B. A., Tumbel, A. L., & Pondaag, J. J. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengunjung di Cafe Kopi Lain Hati Tondano). *Jurnal EMBA*, 10(4), 1795–1806.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK REVLON (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41293>
- Kosdianti, L., & Sunardi, D. (2021). Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Satria Piranti Perkasa Di Kota Tangerang. *Jurnal Arastirma*, 1(1), 141–

150. <https://doi.org/10.32493/arastirma.v1i1.10070>
- Kubovics, M., Čábyová, L., & Matúšová, J. G. (2024). Instagram as Part of SMM Innovation in Educational Institutions. *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE, 19(1)*, 370–376. <https://doi.org/10.34190/ecie.19.1.2817>
- Laila, & Vicky. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Leelayudthyothin, M., & Boontore, A. (2022). Brand logo and brand personality perceptions: A case of real estate business in Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 43(1), 31–38. <https://doi.org/10.34044/j.kjss.2022.43.1.04>
- Liang, L., Zainal Abidin, S. B., Shaari, N. B., Yahaya, M. F. Bin, & Jing, L. (2024). Logo Impact on Consumer's Perception, Attitude, Brand Image and Purchase Intention: A 5 Years Systematic Review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(3). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i3/20084>
- 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.
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Ake Maumbi. *J.J. Rotinsulu 314 Jurnal EMBA*, 9(4), 314–323.
- Maritsa, A., Hanifah Salsabila, U., Wafiq, M., Rahma Anindya, P., & Azhar Ma'shum, M. (2021). Pengaruh Teknologi Dalam Dunia Pendidikan. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 18(2), 91–100. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v18i2.303>
- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–245. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>
- Mukuan, A. L., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2023). Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Instagram, Electronic Word of Mouth, Dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mozzaoc Di Kota Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 193–203. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45563>
- Mulyadi, B., Wahyu Setyawati, N., & Dwikotjo Sri Sumantyo, F. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Cafe dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan

- Pembelian “Dalam Rasa Kopi” di Setu Bekasi. *Orbit : Jurnal Ilmu Multidisiplin Nusantara*, 1(2), 124–134. <https://doi.org/10.63217/orbit.v1i2.123>
- Nabila, D. I. N., & Dhakirah, S. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Somethinc. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2), 193–199. <https://doi.org/10.33795/jab.v9i2.4263>
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8, 741. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p19>
- Ningsih, A., & Hurnis, D. (2024). Peran Word of Mouth Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner. *Jesya*, 7(1), 923–932. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1515>
- Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *ECO-BUSS*, 6(1), 66–78. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.656>
- Nur Indahsari, L., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 1, 51–60. <https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>
- Nurmalia, & Briani. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian*. 4(2), 98–107.
- Oktrichaendy, F. O., Pradhanawati, A., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lost In Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 452–460. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34971>
- Otaya, L. G. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Spss Terhadap Pemahaman Konsep Dan Keterampilan Mahasiswa Mengolah Data Statistik. *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 11(1), 87–101. <https://doi.org/10.30603/tjmpi.v11i1.3502>
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukm mart Kartika widya Utama. *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1154–1170.
- Pramuditha, R., Hidayah, S., & Indriastuti, H. (2021). Pengaruh E-Kualitas Layanan, E-Kepercayaan dan E-Harga Terhadap E-Kepuasan dan E-Loyalitas Konsumen.

Jurnal Sosial Sains, 1(10), 1369–1376.
<https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v1i10.268>

- Pravitasari, R., & Suja'i, I. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Indomaret. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(8), 65–71. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/38351>
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/38351/29820>
- Putra, B. P., & Haryadi, R. N. (2022). Pengaruh Komunikasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Mackessen Indonesia. *Jurnal Ekonomi Utama*, 1(3), 154–159. <https://doi.org/10.55903/juria.v1i3.32>
- Putri, S. T. O., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop pada Kedai Kopi Anaqi Di Kabupaten Subang. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 906. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.564>
- Reynaldi, S. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *Jurnal Administrasi, Bisnis, Ilmu Manajemen & Kependidikan*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/10.54239/2319-022-001-001>
- Ridwan, M. (2023). Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Toko Mr Market. *Jurnal ASIK: Jurnal Administrasi, Bisnis, Ilmu Manajemen & Kependidikan*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/10.59639/asik.v1i3.37>
- Rorie, A. G. S., Tumbel, A. L., & Gunawan, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia. The Effect Of Trust And Perceived Risk On E-Commerce Purchase Decisions On Tokopedia.Com In Noongan Village, Langowan Barat District. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 6(1), 365–370.
- Saka, & Coffe. (n.d.). *No Title*.
- Sarah, K. S., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Analisis Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Clothing Linkswear. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 397. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i3.4877>
- Selvia, D., & Deliana, Y. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Di Warung 1000 Kebun Bandung. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1476. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.8044>

- Shofiyah Khairunnisa. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang Di Kota Makassar). *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 110–126. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i4.502>
- Sunga, F. J., Widodo, H. P., & Rinata, A. R. (2023). Brand Image Destinasi Wisata Brakseng Kota Batu. *Jurnal Semakom*, 1(1), 1–10.
- Susilowati, R. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Sonokuno Kitchen Jakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(02), 49–56. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i02.224>
- Wahyuni, Y., & Lenti, N. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat pada Konsumen Tiket.Com. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 11(1), 16–30. <https://doi.org/10.54131/jbma.v11i1.186>
- Wang, Y. (2025). *The effect of logo design elements on city brand knowledge and awareness*. July. <https://doi.org/10.1108/MIP-04-2024-0254>
- Yudanto, R. A., & Wediawati, T. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram, Kualitas Pelayanan dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Labricca.Id. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah*, 5(1), 141–148. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3877>