

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.
- Alfatiha, R. A., & Budiarmo, A. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: IX*.
- Aryani, E., Zanaria, Y., & Kurniawan, A. (2022). ANALISIS PERKEMBANGAN COFFEE SHOP SEBAGAI SALAH SATU PERANAN UMKM DI KOTA METRO (Study Kasus Pada Coffee Shop Janji Jiwa Dan Coffee Et Bien). In *Jurnal Akuntansi AKTIVA* (Vol. 3, Number 2).
- Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research. Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Endang H, W., & Budiarmo, A. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada konsumen Portobello Cafe Sumurboto, Semarang)*.
- Fandy Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Andi.
- Farhan Raziq, M., Nyoman Sawitri, N., Navanti Fakultas Ekonomi dan Bisnis, D., & Bhayangkara Jakarta Raya, U. (2025). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI COFFEE SHOP THE CONNECTING DOTS*. 23. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Fatihadi, M., Wibowo, R., & Rusminah. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI PADA COFFEE SHOP KOMUNAL* (Vol. 9, Number 2).

- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro .
- Firdausy, C. M., & Rani Idawati. (2017). Effects of Service Quality, Price and Promotion on Customers' Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta, Indonesia. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 3, 42–49.
- Garvin, D. A. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*, 101–109.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2016). *Partial Least Squares:Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, T., Fathorrahman, & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Mie Ayam Ny Wong, Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2 (1).
- Hair, J. F. , A., R. E., T. R. L., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th Edition)*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Classroom Companion: Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R AAWorkbook*. Springer.
- Hartina, W. E., & Budiatmo, A. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada konsumen Portobello Cafe Sumurboto, Semarang)*.
- Hasanah, N., & Farhani, A. (2025). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO FIN PADA MM FOOD COURT KABUPATEN TABALONG*. <https://doi.org/10.35722/japb>
- Hasibuan, H. S. (2004). *Manajemen Dasar, pengertian dan masalah*. PT.Bumi Aksara.
- John, N., & Howard, A. (1998). Customer expectations versus perceptions of service performance in the foodservice industry. *International Journal of Service Industry Management*, 9(3), 248–265.

- Kamil, I. A., & Ananda, A. N. (2021). MINAT BELI SUSU L DIPENGARUHI BRAND IMAGE CELEBRITY ENDORSER PADA MASYARAKAT KECAMATAN UNTER IWES 1. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.33395/remik.v4>
- Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Journal Derivatif*, 10(1), 1–15.
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.*
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Erlangga.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2021). *Marketing management : an Asian perspective* (15 ed). Pearson Education Limited.
- Mutiara, M., & Kartika D. D., M. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada PlatformTiktok Shop.*
- Nafilah, K., Widarko, A., & Anwarudin, M. K. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Study Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Yang Mengkonsumsi Mie Instan). *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomu Unisma*, 98–109.
- Oktrichaendy, F., Pradhanawati, A., & Djoko Waloejo, H. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LOST IN COFFEE SEMARANG. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Number 3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Parasuraman, V. A., Zeithmal, & Leonard L, B. (1998). Servqual A Multipel Item Scale For Meansuring Customer Perseption of Service Quality. *Jurnal of Relating*.

- Permana, A. I. (2020). PENGARUH KUALITAS WEBSITE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN DI SITUS BELANJA ONLINE BUKALAPAK. *EKONOMI BISNIS*, 25(2), 94–109. <https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>
- Potter, N. N., & J.H. Hotchkiss. (1995). *Food Science* (3th edition). CBS Publishers and Distributors.
- Puspita, C. M., & Budiatmo, A. (2020). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang)*.
- Rismiati, C., & Suratno, B. (2001). *Pemasaran Barang dan Jasa* (Cetakan Pertama). Kanisius.
- Rossanty, Y. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millennial*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah.
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. . Indeks.
- Simamora, Henry. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Edisi terbaru. STIE YKPN.
- Stanton, W. (2012). *Prinsip pemasaran alih bahasa: Yohane Lamarto*. Erlangga.
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. www.cvalfabeta.com
- Sularko, H., Prawata, V. N., & Wiranata, M. (2008). *How to They Think?: rekaman proses pembuatan aset perusahaan paling berharga*. Mosher.
- Sumarwan, u. (2003). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutrisni, K. E., Martini, I. A. O., & Niartini, N. K. W. (2024). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL*, 13(2), 128–140. <https://doi.org/10.29303/jmm.v13i2.816>

- Tedjakusuma, R., Hartini, S., & Muryani. (2001). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Air Minum Mineral Di Kota Madya Surabaya. *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*.
- Wahid, N., & Halima, N. (2018). DAMPAK BISNIS ONLINE TERHADAP FLUKTUASI PENJUALAN DI KOPERASI DALEM SELATAN (KDS) KAMILAH WILAYAH FATIMATUZZAHRO' PONDOK PESANTREN NURUL JADID. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan*, 2(1), 50–61. <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/profit>
- Wibisono, D. (2006). *Manajemen Kinerja Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan* (Ratri, Ed.). Erlangga.
- Wijayanti, S., Suprijati, J., & Kualitas, P. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA HAVANA COFFEE SURABAYA*.
- Yulianto, B., & Khuzaini. (2013). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Zeithaml, V. A., Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. (5th Edition). McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Free Press.