



## DAFTAR PUSTAKA

- Amador, A. A., & Widiyanto, I. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Sikap Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Semerbak Coffee Tembalang Semarang).
- An'nisa, V., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Little Wings Di Bandung Tahun 2016. *eProceedings of Applied Science*, 2(2).
- Ayu Isti'adah, D. (2016). Pengaruh Diskon Harga, Varian Produk Dan Citra Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toserba Berkah Bangsri Jepara.
- Budiyanto, E. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya. *Management & Accounting Research Journal Global*, 3(1).
- Cakranegara, P. A., & Susilowati, E. (2017). Analisis strategi implementasi media sosial (Studi Kasus UKM "XYZ"). *Firm Journal of Management Studies*, 2(2).
- Febrianto, F. X. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Feysen melalui Media Sosial, di Yogyakarta. Yogyakarta. Universitas Sanata Dharma.
- Humairah, J. F., & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Yuikaa Shop Bima. *JURNAL EKUIVALENSI*, 7(2), 383-397.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Nirmalasari, R. Pengaruh Pelayanan, Lokasi Usaha Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rejeki Muda Toserba Gringging Kediri Skripsi.
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145-160.
- Pramono, R., & Ferdinand, A. T. (2012). Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Semarang).
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah data terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.



- Putri, C. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594-603.
- Raheni, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(2), 82-85.
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148-158.
- Saroh, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Diskon Terhadap Minat Beli Di Restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 9(1), 28-34.
- Satyo, M. F., & Suprihhadi, H. (2013). Pengaruh diskon harga, merek produk dan layanan pelanggan terhadap keputusan pembelian garmen. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol*, 2(8).
- Sugiman, F., & Mandasari, R. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sanctuary Di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), 546-560.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kualitataif dan Kuantitatif. dan R&D.* Bandung. CV Alfabetha.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kualitataif dan Kuantitatif. dan R&D.* Bandung. CV Alfabetha.
- Sulistiyawati, S. (2021). Pengaruh Media Sosial, Lokasi, Store Atmosphere terhadap Niat Beli di Cafe. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3).
- Suparnoto, R. F., & Setiobudi, A. (2019). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Havermood.
- Yeny, P. T. (2019). Pengaruh Media Sosial, Potongan Harga, Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaos Bigdeal Konveksi Klaten.