

DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, S. S., Rachmat, B., & Indrawati, T. (2025). *Analisis Pengaruh Service Quality, Perceived Value dan Service Delivery Terhadap Customer Satisfaction Pada Nasabah Bank BCA Di Kota Surabaya*. 9(1), 1814–1828. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5272>
- Berinthia, M. V., & Puspawati, R. N. M. S. (2023). *Analisis Pengaruh Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Di Kitchen Yard Resto Hotel Mercure Tangerang BSD City*. 6(2), 1020–1047. <https://journal.iainsambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/view/2128>
- Ciputra, W., & Prasetya, W. (2020). Analisis Pengaruh E-Service Quality, Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction, Trust, dan Customer Behavioral Intention (Survei Pada Cutomer Toko Online www.blibli.com). *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 109–128. <https://doi.org/10.37535/103001220201>
- Dewantara, I. H. (2013). *Pengaruh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Emas 22% di Kota Kraksaan Kabupaten Probolinggo(Studi Pada Toko Pus aka Mas)*. 2(1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/915>
- Emor, R. Y. ., & Soegoto, A. S. (2015). Pengaruh potongan harga, citra merek, dan servicescape terhadap keputusan pembelian konsumen indomaret Tanjung Batu. *Jurnal EMBA*, 3(2), 738–748. <https://www.google.com/search?q=Emor+Soegoto+2015+potongan+harga+citra+merek+servicescape>
- Fachrurozi, R. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian produk Kawasaki Ninja 250 cc di Semarang (Studi Pada PT. Sinar Gemala Sakti Semarang). *Universitas Diponegoro Semarang*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://eprints.undip.ac.id/43424/1/05_FACHRUROZI.pdf
- Fadli, A., Cakranegara, P. A., Novirsari, E., & Amalia, F. (2022). *KONSUMEN. MEMAHAMI KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KONSUMEN*. <https://www.researchgate.net/publication/359208461>
- Ferdinal, E., & Tjahjawi, S. S. (2017). Pengaruh Servicescape Terhadap Kualitas Pelayanan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(1), 52. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v3i1.546>
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA*, 1(3), 273–283. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.2023>
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk

- Bandeng Juwana Erlina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate*.
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Lokasi. *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar*, 3(1), 90–107. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability/article/view/2505>
- Hasibuan, K. A., Lam'ah Nasution, S., & Halim, A. (2023). Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Café Ayos Coffe Rantauprapat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2979–2989. kamri8626@gmail.com1 sitinasution81@gmail.com2 abdulhalimpsr89@gmail.com3%0A*Corresponding
- Hayani, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di kedai Kaizar Lahat. *Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2), 86–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.47768/gema.v13i2.234>
- Hidayat, R. T., & Zuliarni, S. (2014). Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Volume Penjualan (Survei Pada Bisnis Restoran Kelas Kecil Di Lingkungan Kampus Universitas Riau). *Repository University Of Riau*, 1–17. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jiab/article/download/16536/10838>
- Iffan, M., & Yulianti, L. (2017). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jg Motor Yamaha Cab.Asia Afrika Bandung. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 7(1), 21–32. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v7i1.469>
- Ilham Prasetyo, A., & Hadi Santoso, B. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian café kala seduh. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(4), 1–17. <https://www.google.com/search?q=Ilham+Prasetyo+Hadi+Santoso+2023+kualitas+pelayanan+harga+lokasi+kala+seduh>
- Kotler, P., Armstrong. Gary, & Balasubramanian, S. (2024). Principles Of Marketing. In Pearson. <https://www.google.com/search?q=Kotler+Armstrong+Balasubramanian+2024+Principles+of+Marketing+Pearson>
- Lemeshow, S. (1997). *Besar sampel dalam penelitian kesehatan*.
- Moenardi, K. K., & Winarni, fajar S. C. (2022). Pengaruh Word of Mouth Dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Klinik Dr. Maharani Skincare Kupang). *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises*, 15(3), 495–514. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jom.v15i3.6426>
- Mranani, N. A., & Lastianti, S. D. (2022). Hubungan Kelompok Acuan, Perceived Value, Perceived Quality Dan Media Sosial Terhadap Niat Pembelian Serta

- Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Sepeda Pushbike (Studi Pada Komunitas Pushbike Surabaya). *Media Mahardhika*, 20(2), 252–263. <https://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/mahardika/article/view/393>
- Muharromah, E. R., Oktini, D. R., & Maharani, N. (2017). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Rumah Makan Ayam Lexa di Rancaekek). *Prosiding Manajemen*, 3(2), 872–876. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/7858>
- Ningsih, E. R. (2021). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Lamongan)*. <https://eprints.ahmaddahlan.ac.id/id/eprint/32>
- Nurlia, L. (2021). The Influence of Location on Visitors' Purchasing Decisions in Minimarkets Using the Linear Regression Method. *International Journal of Economics and Management Research*, 3(1), 1–12. <https://ijemr.politeknikpratama.ac.id/index.php/ijemr>
- Pangemanan, S. A., Ropa, G., & Walukow, I. M. (2020). *Impact of Products, Prices and Locations on Consumer Purchasing Decisions in Manado's Boulevard Resto and Café Service Entities*. 298(iCAST 2018), 78–82. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200813.019>
- Putri, A. S., Widayati, C. C., & Hikmah Perkasa, D. (2023). Pengaruh Service Quality, Servicescape, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Drive Thru (Studi Kasus pada Toko Indomaret Drive Thru Jakarta Barat). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3), 124–132. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i3.68>
- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 13074–13086. <https://www.scribd.com/document/925844863/Heni-Julaika-Putri-13074-13086>
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 7(2), 143–152. <https://www.scribd.com/document/683375000/793-1562-1-SM>
- Raharjo, K., & Santosa, S. B. (2015). Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di T.B Rajawali Kalicilik, Demak (Studi Pada Toko Bangunan Rajawali Kalicilik, Demak). *Diponegoro Journal of Management*, 4(4), 1–11. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13326/0>
- rahayu, sri, & Afrilliana, N. (2021). *Airr Perilaku Konsumen ffi ffi w w*. 1–163.
- Riska, A., & Prabowo, A. (2025). Analisis Social Media Marketing, Servicescape, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Romansa Kopi. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 4917–4925. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2710>

- Sahputra, S., & Ekowati, S. (2023). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bro & Sis Cafe Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 4(2), 130–143. <https://doi.org/https://doi.org/10.61567/jmmib.v4i2.165>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kafe: C:/Users/User/Downloads/453882-none-7434c972 (2).pdfwanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. ... *Pendidikan Dan Ilmu* ..., 3(1), 301–313. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/865>
- Sofyan, C., Sepang, J. L., & Loindong, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Wh't's Up Cafe Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 4230–4240. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.25040>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Susilo, G. E., & Setiobudi, A. (2023). Pengaruh Perceived Price, Kualitas Produk, Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Ricebowl Babibong. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 8(3), 270–280. <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v8i3.2005>
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203–220. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00041-0](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00041-0)
- Wachidyantari, C., & Setiawardani, M. (2022). Efektivitas Penataan Servicescape dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Wingz O Wingz di Kota Bandung. *Applied Business and Administration Journal*, 1(3), 128–140. <https://doi.org/10.62201/7zh3fc90>
- Zahro, S. Z., & Hadi, M. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Value Terhadap Online Repurchase Intention Pada Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 1–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.33795/jab.v9i1.550>