

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, N. (2020). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen (Studi Kasus PT. Semen Tonasa Cabang Pangkep). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). Marketing strategies and organization structures for service firms. In *Marketing of Services* (pp. 47–52). American Marketing Association.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- BPS. 2023. *Statistik Indonesia Tahun 2022*. Jakarta
- Charlina, dkk. (2024). *Implementasi Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Pemuda Media.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319.
- Edwin Zusrony. (2022). *Komunikasi Pemasaran di Era Digital*. Surabaya: Graha Ilmu.
- Eva, P. (2022). *Analisis Kondisi Dan Strategi Pengembangan Digital Marketing Dalam Mempertahankan Produksi Kopi Ditengah Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Umkm Kopi Di Lampung Barat)* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Fachrurazi. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa: Konsep Dasar dan Strategi*. Purbalingga : Eureka Media Aksara.
- Fatihudin, D. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan*.
- Fauzan, M., Rusilanti, E., & Artanti, L. (2023). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Kedai Kopi Gans Oemah Eyang* (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta).
- Hantono, S. E., Wijaya, S. F., & SE, M. (2025). *Pengantar manajemen*. Penerbit Widina.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi pemasaran konsep, teori dan implementasi*. Pascal Books.
- Hendrayani, A. (2021). *Strategi Bauran Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Hendrayani, et al, (2021). *Manajemen Pemasaran (dasar dan konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Indra Budaya, S. E., Purwoko, M. D., Se, M., Lestari, A. A., Widawati, E., & Sos, S. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Iswahyudi, B., et al. (2023). *Strategi Proses dalam Manajemen Operasi Modern*. Jakarta: Gramedia.
- Iswahyudi, M. S., Tahir, R., Samsuddin, H., Hadiyat, Y., Herman, H., Hamdani, D., & Ramadoan, S. (2023). *Strategi Perencanaan Sumber Daya Manusia: Mengelola Dan Menetapkan Sdm Yang Berkualitas*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- A. (2022). *Pengaruh Digital Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan rhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi* (Skripsi, niversitas Pelita Bangsa).



- Jaya, A. (2021). Analisis Bauran Pemasaran dalam Hubungannya dengan Keputusan Pembelian pada Warung Kopi Muflih di Makassar (Skripsi, Universitas Hasanuddin).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lichtenstein, D. R., Ridgway, N. M., & Netemeyer, R. G. (1993). Price perceptions and consumer shopping behavior: A field study. *Journal of Marketing Research*, 30(2), 234-245.
- McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Richard D. Irwin.
- Monroe, K. B. (2003). *Pricing: Making Profitable Decisions* (3rd ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Naninsih, N., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) 310 Di Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 1(1).
- Pahutar, I., Pristiyono, P., & Simanjuntak, D. (2023). Analisis Tingkat Pengetahuan Konsumen dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian. *REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(2), 1108-1118.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pratama, dk. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis Dan Strategi Di Era Digital)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Rachmad. Y. E. (2023) *Manajemen Pemasaran (Teori dan Studi Kasus)*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ramadani, D. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi pada Kedai Puspa Rasa di Kabupaten Jember (Skripsi, Universitas Jember).
- Riska. (2020). Pengaruh Jumlah UMKM dan Jumlah tenaga Kerja terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Makassar. In *Ilmu Ekonomi FEBI UIN Alauddin Makassar*.
- Rizki Pujiyanto. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Penetapan Harga*. Jakarta: Pustaka Mitra.
- Rizky, M. A. (2024). Pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian kopi di UD. Kopi Teungku Aceh (Skripsi, Universitas Syiah Kuala).
- Rosenbloom, B. (2007). *Marketing Channels: A Management View* (8th ed.). Thomson South-Western.
- Siyal, S., Chen, Y., Bashir, M. F., Anwar, A., & Khan, S. A. R. (2021). The impact of social media on consumers' purchase intention: The mediating role of trust and the moderating role of perceived risk. *Sustainability*, 13(18), 10157.
- Supu, L. P., Lumanauw, B., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh harga produk, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk smartphone samsung di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 919-928.
- N. K., SE, S., Komalasari, Y., & SE, M. (2023). *Buku Ajar Pengantar Bisnis*. Nilacakra.
- T. (2023). *Perilaku Konsumen: Implikasi untuk Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.



- Yadav, M. S., & Pathak, D. P. (2017). Intention to purchase using mobile shopping apps: Extending the technology acceptance model. *Technology in Society*, 49, 146-154.
- Zainurossalamia. S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Lombok Tengah : Forum Pemuda Aswaja.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2023). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

