

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). 濟無No Title No Title No Title. september, 1–23.
[http://repository.iainkudus.ac.id/4020/5/5. BAB II.pdf](http://repository.iainkudus.ac.id/4020/5/5.BAB%20II.pdf)
- Bennett, T. (2023). *What Is a Price Level*. Priceva.
- Bera, P. (n.d.). *What is a price level?* Capital.Com. https://capital-com.translate.google/price-level-definition?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=D
 efinisi tingkat harga dalam ekonomi, sebagai titik keluar dan masuk.
- dewi, indah chantika. (2022). 1*, 2 1,2. 20(1), 105–123.
- Dosi, M. U., Fourqoniah, F., & Sanjaya, A. (2023). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Borneo Di Kota Samarinda. *Jurnal Istiqro*, 9(2), 131–144.
<https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i2.1863>
- Dwipayana, E., & Sanusi, U. (2024). PENGARUH INSTAGRAM, LOKASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PADA KEDAI KOPI JANJI MANIS DI KALIANDA LAMPUNG In *KALIANDA HALOK GAGAS*.
[ojs.stiemukalianda.ac.id. http://ojs.stiemukalianda.ac.id/index.php/halokgagas/article/download/93/69](http://ojs.stiemukalianda.ac.id/index.php/halokgagas/article/download/93/69)
- Ghozali. (2018). *BAB III METODE PENELITIAN 3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian*. 82–96.
- Gischa, S. (2023). *Pengertian Minat Beli Menurut Ahli*. Kompas.Com.
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*.
- Hayes, A. (2024). *T-Test: What It Is With Multiple Formulas and When To Use Them*. Investopedia.
- Indahsari, L. N., & Roni, M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di kedai kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam*
<https://journal.staimaarifkalirejo.ac.id/index.php/margin/article/view/18>
- Junizar, M. N. (2019). Sponsorship Dimoderasi Oleh Citra Merek Yang Berimplikasi Pada Minat Beli (Studi Pada Pengguna Gojek Wilayah Bandung). *Jurnal Ekonomi Manajemen, April*, 5–24.
- Kenton, W. (2024). *Price Level: What It Means in Economics and Investing*. Investopedia.
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27–34.
- Kurnianto, Y. T. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @tempatbiasa.kopi). *Ilmu Komunikasi*, 8.
- Kurniawan, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah. *Repository.Umy.Ac.Id*, 33.
- Masy'al, G. F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Pengunjung Miniso Di Jakarta). *Repository FE UNJ*, 43–57. <http://repository.fe.unj.ac.id/>
- Pardede, J. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada ShopeeFood. *Skripsi*, 34–46.

- <http://repository.stei.ac.id/9350/>
- Pembahasan, H. D. A. N. (2022). *No Title*.
- Putri, G. A., & Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Sosial Media dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram di Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*.
<https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/857>
- Rahmatillah, K. I., Juniarsa, N., Realita, T. N., & Ferico, N. (2024). Minat Pembelian Konsumen pada Kopi Senja Dengkol Singosari: Peran Harga dan Lokasi dalam Perspektif Pemasaran. *SINAR*.
<https://sinar.indocakti.ac.id/index.php/sinar1/article/view/15>
- Rian. (2024). *Lokasi Bisnis: Kunci Sukses untuk Usaha Anda*. Voffice.
[https://voffice.co.id/blog/pengertian-lokasi-usaha-bisnis/#:~:text=Asked Questions \(FAQs\)-,Apa yang dimaksud dengan “lokasi bisnis adalah kunci sukses”?,bisnis Anda bagi pelanggan potensial.](https://voffice.co.id/blog/pengertian-lokasi-usaha-bisnis/#:~:text=Asked Questions (FAQs)-,Apa yang dimaksud dengan “lokasi bisnis adalah kunci sukses”?,bisnis Anda bagi pelanggan potensial.)
- Rj, F. T., & Ferdinand, T. (2012). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi Pada Buket Koffee+Jazz Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 1–13.
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sadiyah, H. (2021). Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Penentu Minat Beli Konsumen. *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 1(2), 115–125.
<https://doi.org/10.38156/imka.v1i2.77>
- Sopian. (2017). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi Euy Kota Bandung). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Subiyanto, L. A., & Valiant, V. (2022). Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 286–302. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2621>
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.
- Syafnidawaty. (2020). *Hipotesis*. Universitas Raharja.
- Wahyuni. (2019). Pengertian skala likert. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.