

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Simbolon, Elvina Damayanti

2025

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Melati Coffee And Bakery Medan

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/582>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MELATI *COFFEE AND BAKERY* MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



**MENAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *SOCIAL MEDIA* MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MELATI *COFFEE AND BAKERY* MEDAN

ELVINA DAMAYANTI SIMBOLON

NPM : 210110125



**Disetujui Oleh
Ketua Program Studi**



Dr. Miska Irani Br Tarigan, MM
NIDN : 0108108002

**Disetujui Dosen
Pembimbing**

Ria Veronica Sinaga, SE, M.Si
NIDN : 0120116601

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MELATI *COFFEE AND BAKERY* MEDAN

ELVINA DAMAYANTI SIMBOLON
NPM : 210110125

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 03 Juli 2025

Penguji I

Dra. Elisubeth Simangunsong, M.Si
NIDN : 0129086602

Penguji II

Dra. Roslinda Sagala, M.Si
NIDN : 0128106501



Ketua Penguji

Ria Veronica Sinaga, SE, M.Si
NIDN : 0120116601

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Kornel Muntbe
NIDN : 0130096702

Ketua Program Studi

Dr. Miska Trani Br Tarigan, MM
NIDN : 0108108002

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : ELVINA DAMAYANTI SIMBOLON

NPM : 210110125

Program Studi : Manajemen

Jenjang Program : Strata Satu

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MELATI COFFEE AND BAKERY MEDAN Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat, baik sebagian ataupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 02 Juli 2025

Peneliti

ELVINA DAMAYANTI SIMBOLON
210110125

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas

Nama : ELVINA DAMAYANTI SIMBOLON
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Pargamanan, 16 Agustus 2003
Agama : Kristen
Nama Ayah : Sarmudin Simbolon
Nama Ibu : Lisbet Dormauli Manalu
Alamat Orangtua : Desa Simataniari, Kecamatan Parlilitan, Kabupaten
Humbang Haundutan
Alamat Penulis : Jl. Jati 5 No. 20 Perumnas Simalingkar
Nomor HP : 081362162336

Riwayat Pendidikan

1. 2008-2014 : SD Negeri 173507 Simataniari
2. 2014-2017 : SMP Negeri 3 Parlilitan
3. 2018-2021 : SMAN 17 Medan
4. Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Katolik Santo Thomas Medan Tahun 2025.

MOTTO

“Jangan Pernah Ragu Dengan Apa Yang Sudah Kamu Katakan Dalam Doa.”

(Markus 11:24)

“Tetaplah Andalkan Tuhan Di Setiap Prosesmu, Maka Dia Akan
Menuntunmu Kejalan Yang Lebih Baik”

(Yeremia 17:7)

“Hasilmu Akan Indah Apabila Kamu Melibatkan Tuhan.”

(Filipi 4:6)



ABSTRAK

ELVINA DAMAYANTI SIMBOLON, 210110125, 2025, “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MELATI COFFEE AND BAKERY MEDAN”

PEMBIMBING: Ria Veronica Sinaga, S.E, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian pada Melati *Coffee and Bakery* Medan. Pengumpulan data dilakukan pada populasi konsumen yang membeli produk atau mengunjungi Melati *Coffee and Bakery* dan jumlah sampel penelitian adalah 96 sampel. Teknik yang digunakan adalah *sampling insidental*. Analisis data menggunakan bantuan SPSS versi 25. Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

Dari hasil pengujian secara parsial menunjukkan uji t nilai t_{hitung} sebesar $(7,664) > t_{tabel} (1,661)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, bahwa kualitas produk berpengaruh signifikansi secara parsial terhadap keputusan pembelian. Begitu juga dengan harga menunjukkan uji t nilai t_{hitung} sebesar $(-5,096) > t_{tabel} (1,661)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, bahwa harga berpengaruh signifikansi secara parsial terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya uji t terhadap *social media marketing* menunjukkan uji t nilai t_{hitung} sebesar $(8,230) > t_{tabel} (1,661)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, bahwa *social media marketing* berpengaruh signifikansi secara parsial terhadap keputusan pembelian. Uji F menunjukkan kualitas produk, harga dan *social media marketing* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Melati *Coffee and Bakery* Medan. Dengan nilai dari nilai F_{hitung} sebesar $73,221 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikansinya $0,000 < \alpha (0,05)$.

Hasil penelitian ini merumuskan bahwa persamaan regresi berganda adalah $KPb = 23,425 + 0,251KP - 0,248H + 0,392SMM + e$. Artinya kualitas produk, harga dan *social media marketing* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Melati *Coffee and Bakery* Medan.

Koefisien determinasi sebesar 0,705. Artinya variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga dan *social media marketing* sebesar 70,5%. Sedangkan 29,5% lagi dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain selain variabel yang diteliti pada penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, *Social Media Marketing*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

ELVINA DAMAYANTI SIMBOLON, 210110125, 2025, THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND SOCIAL MEDIA MARKETING ON PURCHASE DECISIONS AT MELATI COFFEE AND BAKERY MEDAN

SUPERVISOR: Ria Veronica Sinaga, S.E, M.Si

This study aims to examine and analyze the influence of product quality, price, and social media marketing on purchase decisions at Melati Coffee and Bakery Medan. Data were collected from consumers who purchased products or visited Melati Coffee and Bakery, with a sample size of 96 respondents. The incidental sampling technique was used. Data analysis was conducted using SPSS version 25. The analytical methods applied included validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing.

Partial testing results showed that product quality had a significant partial effect on purchase decisions with a t-value of 7,664 > t-table 1,661 and a significance level of 0,000 < 0,05. Similarly, price had a significant partial effect on purchase decisions with a t-value of -5,096 > t-table 1,661 and a significance level of 0,000 < 0,05. Social media marketing also showed a significant partial effect with a t-value of 8,230 > t-table 1,661 and a significance level of 0,000 < 0,05. The F-test indicated that product quality, price, and social media marketing simultaneously influenced purchase decisions at Melati Coffee and Bakery Medan, with an F-value of 73,221 > F-table 3,10 and a significance level of 0,000 < 0,05.

The multiple regression equation derived is: $KPb = 23,425 + 0,251KP - 0,248H + 0,392SMM + e$. This means that product quality, price, and social media marketing significantly influence purchase decisions at Melati Coffee and Bakery Medan.

The coefficient of determination (R^2) is 0,705, indicating that 70,5% of the variation in purchase decisions can be explained by product quality, price, and social media marketing, while the remaining 29,5% is explained by other factors not included in this study.

Keywords: *Product Quality, Price, Social Media Marketing, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang senantiasa menuntun sepanjang waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *SOCIAL MEDIA* MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MELATI *COFFEE AND BAKERY MEDAN*”** Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung berupa moral maupun material. Penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Maidin Gultom, SH., M.Hum**, selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak **Dr. Kornel Munthe, SE., M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu **Dr. Miska Irani Tarigan, S.Sos., MM**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
4. Ibu **Esli Silalahi, SE., M.Si** selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
5. Ibu **Ria Veronica Sinaga, SE., M.Si** selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah meluangkan waktu, memberikan dukungan dan selalu sabar dalam melakukan bimbingan selama penulisan skripsi ini.

6. Ibu **Dra. Elisabeth Simangungsong, M.Si**, selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan saran, masukan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu **Dra. Roslinda Sagala, M.Si**, selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan saran, masukan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu **Dra. Roslinda Sagala, M.Si**, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan dukungan dari awal hingga akhir perkuliahan.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah memberikan pengetahuan dan pendidikan kepada penulis.
10. Teristimewa kepada orang tua penulis, Bapak Sarmudin Simbolon dan Ibu Lisbet Manalu yang selalu memberikan dukungan baik berupa materi, moral, semangat, doa dan kasih sayang yang tulus terhadap penulis mulai dari kecil hingga penyelesaian skripsi ini.
11. Teristimewa kepada saudara kandung penulis, Tirauli Simbolon dan Ganda Tua Simbolon yang selalu memberikan semangat, kasih sayang, dukungan dan doa kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Terima kasih juga kepada seluruh keluarga besar Simbolon dan keluarga besar Manalu, terutama Namboru, Amangboru, Tulang , Nantulang dan Sepupu penulis yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa kepada penulis.
13. Terima kasih juga kepada semua sahabat penulis, Yevana Sidebang, Viega Sinambela, Nisdar Telaumbanua dan Dinda Samosir yang sudah selalu menemani penulis dalam proses perkuliahan sampai pada proses

penyusunan skripsi, terima kasih juga sudah selalu memberikan doa, semangat, waktu dan motivasi hingga skripsi ini selesai.

14. Terima kasih juga kepada sahabat SMA penulis, Amelia Tamba dan Monica Silaban yang sudah selalu memberikan semangat, dukungan dan doa kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
15. Terakhir berterima kasih kepada diri sendiri atas segala usaha dan kerja keras yang telah dijalani. Sudah menjadi pribadi yang lebih kuat dan bertahan dari awal hingga akhir perkuliahan serta mampu menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Untuk itu penulis dengan senang hati menerima segala kritik dan saran dari seluruh pihak guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, terutama bagi penulis. Tuhan Yesus Memberkati.

Medan, 02 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Pemasaran.....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	13
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	15
2.2 Kualitas Produk	17
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	17
2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	18
2.2.3 Indikator Kualitas Produk.....	22
2.3 Harga	24
2.3.1 Pengertian Harga.....	24
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga	25

2.3.3 Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga.....	28
2.3.4 Indikator Harga	29
2.4 <i>Social Media Marketing</i>	33
2.4.1 Pengertian <i>Social Media Marketing</i>	33
2.4.2 Jenis-jenis Media Sosial.....	34
2.4.3 Indikator <i>Social Media Marketing</i>	36
2.5 Keputusan Pembelian	38
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	38
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	39
2.5.3 Proses Keputusan Pembelian	41
2.5.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	45
2.6 Kerangka Berpikir	47
2.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
2.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
2.6.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian....	49
2.7 Hipotesis.....	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	52
3.2 Populasi dan Sampel	52
3.2.1 Populasi.....	52
3.2.2 Sampel	52
3.3 Operasional Variabel	54
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56

3.6 Teknik Analisis Data.....	57
3.6.1 Uji Validitas	57
3.6.2 Uji Reliabilitas	58
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	58
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	58
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas.....	59
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	59
3.7 Analisis Regresi Linear Berganda	60
3.8 Uji Hipotesis.....	61
3.8.1 Uji Parsial (Uji t).....	61
3.8.2 Uji Simultan (Uji F).....	62
3.9 Koefisien Determinasi (R^2).....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	64
4.1.1 Sejarah Singkat Melati <i>Coffee And Bakery</i> Medan.....	64
4.1.2 Visi Dan Misi Melati <i>Coffee And Bakery</i> Medan	65
4.1.3 Struktur Organisasi Melati <i>Coffee And Bakery</i> Medan.....	65
4.2 Teknik Analisis Data.....	70
4.2.1 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Secara Parsial.....	70
4.2.2 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Secara Simultan	75
4.3 Hasil Penelitian.....	77
4.3.1 Identitas Responden	77
4.3.2 Tanggapan Responden	78
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	88
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	88

4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	89
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90
4.5 Pengujian Hipotesis	90
4.5.1 Uji T (Uji Parsial)	90
4.5.2 Uji F (Uji Simultan).....	92
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	93
4.7 Koefisien Determinasi	94
4.8 Pembahasan	95
4.8.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
4.8.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	96
4.8.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102

DAFTAR TABEL

TABEL	NAMA TABEL	HALAMAN
1.1	Data Penjualan Produk Melati <i>Coffee and Bakery</i> Medan Tahun 2024	5
1.2	Varian Produk <i>Melati Coffee And Bakery</i> Medan Dan <i>Ribu Coffee, Cake, Bakery</i> Medan	6
1.3	Produk Dan Harga Di <i>Melati Coffee And Bakery</i> Medan Dan <i>Ribu Coffee, Cake, Bakery</i> Medan	7
3.1	Operasional Variabel, Indikator Dan Skala Pengukuran	55
3.2	Instrumen Skala Likert	56
4.1	Case Processing Summary	70
4.2	Reliability Statistics	71
4.3	Item – Total Statistics	71
4.4	Case Processing Summary	72
4.5	Reliability Statistics	72
4.6	Item – Total Statistics	72
4.7	Case Processing Summary	73
4.8	Reliability Statistics	73
4.9	Item – Total Statistics	73
4.10	Case Processing Summary	74
4.11	Reliability Statistics	74
4.12	Item – Total Statistics	74
4.13	Case Processing Summary	75
4.14	Reliability Statistics	75
4.15	Item – Total Statistics	76
4.16	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.17	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
4.18	Jumlah Dan Persentase Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk	78
4.19	Jumlah Dan Persentase Jawaban Responden Tentang Harga	81
4.20	Jumlah Dan Persentase Jawaban Responden Tentang <i>Social Media Marketing</i>	83
4.21	Jumlah Dan Persentase Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian	85
4.22	Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients ^a	89
4.23	Coefficients ^a	91
4.24	ANOVA ^a	92
4.25	Coefficients ^a	93
4.26	Model Summary ^b	95



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	NAMA GAMBAR	HALAMAN
2.1	Kerangka Berpikir	50
4.1	Logo Melati <i>Coffee and Bakery</i> Medan	64
4.2	Struktur Organisasi Melati <i>Coffee And Bakery</i> Medan	66
4.3	Hasil Uji Normalitas Scatter Plot	88
4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Nama Lampiran
1.	Kuesioner Penelitian
2.	Jawaban Kuesioner Responden Tentang pengaruh kualitas produk, harga dan <i>social media marketing</i> terhadap keputusan pembelian pada Melati <i>Coffee and Bakery</i> Medan
3.	Hasil Print Output SPSS Versi 25.
4.	Surat Pengajuan Judul Skripsi
5.	Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Pengangkatan Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji Skripsi
6.	Surat Permohonan Riset
7.	Surat Undangan Seminar Proposal Skripsi
8.	Berita Acara dan Daftar Hadir Seminar Proposal Skripsi
9.	Lembar Revisi Seminar Proposal Skripsi
10.	Lembar ACC Ganda
11.	Surat Keterangan Bebas Perpustakaan
12.	Surat Undangan Meja Hijau
13.	Kartu Bimbingan Skripsi

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arumsari, D. (2012). *Manajemen Kualitas Produk*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Assauri, S. (2013). *Pemasaran* (Edisi 3). Jakarta: Rajawali Pers.
- Genelius, A. (2011). *Social Media Marketing: Strategi Pemasaran di Era Digital*. Jakarta: Penerbit Widina.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM PSS25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro (UNDIP Press).
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Yogyakarta: Insania.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Dasar-dasar pemasaran* (2nd ed.). Jakarta: Erlangga.
- _____ Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 15). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. R. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat
- Nasrullah, N. (2018). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Penerbit Simbiosis Rekatama Media.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Edisi 9). Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, Gramedia
- Setiawan, Iwan dan Yosanova Savitry. (2016). *"New Content Marketing" Gaya Baru Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Pt.Gramedia Pustaka Utama.

Solis, Brian.(2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2017). *Strategi Pemasaran Edisi 4*.Yogyakarta: CV.Andi Offset.

Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.

Triton. (2008). *Marketing Strategic: Meningkatkan Pangsa Pasar & Daya Saing*. Tugu Publisher.

Tuten, Tracy L and Solomon, Michael R. (2017). *Social Media Marketing*. California: SAGE Publications, Inc.

Wibisono, S. (2003). *Statistika: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.

Wijaya, Tomy. 2019. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta, Kembangan: Pemata Putri Media.

JURNAL

Cyasmoro, V., & Puspita Anggraeni, S. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Delicio Bakery Café Tebet Jakarta*. Panorama Nusantara, 15(1).

Ekowati, S., Fintahiasari, M., & Aslim, A. (2020). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1).

Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). *Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 4(1), 176-188.

Lestari, W. S., Yusuf, A., Singaperbangsa, U., Ronggowaluyo, J. H., & Timur, J. (2019). *Pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Steak Jongkok Karawang*. Jurnal Ekonomi Manajemen, 5(2), 94-101.

Nurmalasari, L. (2021). *Pengaruh social media marketing dan keterlibatan konsumen terhadap keputusan pembelian secara online (Studi kasus pada UMKM bidang kuliner)*. Jurnal Apresiasi Ekonomi, 9(3), 288-300.

Rahmawati, A. R. (2021). *Pengaruh social media marketing dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen J. Co Donuts and Coffee Kota cSamarinda*. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(1), 17.

Soesanto, A. R., & Arsyad, A. W. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop*. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 6(2), 101-110.

