

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. B., Hakim, R. A., Damiri, D. M., & Zahra, F. (2017). BUSINESS STRATEGY ANALYSIS ON SMEs BAMBOO CRAFTS IN BANDUNG CITY. *Jurnal Adbispreneur*, 2 No 3, 227-242.
- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, VOL 9.
- Ahmad, H., Hamad, A.-G., Raed, H., & Maram, A.-H. (2019). The Impact Of Electronic Word Of Mouth On Intention To Travel. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*.
- Akbar, M. A., Khotimah, K., Pasolo, F., & Labo, I. A. (2017). Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Pengaruhnya Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Smartphone XIAOMI. *POLBAN*.
- Anggraeny, D. W., & Andarini, S. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan, E-WOM, Citra Perusahaan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Belanja Online Tokopedia. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 2774-5325.
- Arbawa, D. L., & Wardoyo, P. (2018). Keunggulan Bersaing: Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Kendal. *Jurnal Program Studi Magister Manajemen*.
- Bungin, B. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. England: Pearson Education Limited.
- Chakti, A. G. (2019). *THE BOOK OF MARKETING*. Makasar: CELEBES MEDIA PERKASA.
- Daga, R. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Tabunganku Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BANK SULSELBAR KANTOR CABANG BELOPA. *AkMen Jurnal Ilmiah*, 110-121.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdan, D., & Sastra, A. A. (2020). *A to Z Memulai dan Mengelola Usaha Kedai Kopi*. Jakarta Selatan: AgroMedia Pustaka.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasanah, A. D. (2022, Februari). *Pangkalpinang*. diakses 8 Mei. Retrieved from Bangka Tribunnews: <https://bangka.tribunnews.com/2022/02/23/tren-nongkrong-di-coffee-shop-digandrungi-anak-muda-pelampiasan-untuk-hilangkan-rasa-jenuh>

- Hens, H. (2018, November). *Lifestyle*. diakses 8 Mei. Retrieved from Liputan6: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3727952/maraknya-kedai-kopi-di-indonesia-bakal-bertahan-lama-atau-sekadar-tren>
- Hermawan, H., Ramadhan, R. A., & Syahriramdani, M. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Richeese Factory. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*.
- Hijrianti, R., Wibowo, L., & Dirgantari, P. (2019). Ekspektasi Pengunjung Situs Reservasi Hotel Online: E-wom dalam Menciptakan Keputusan Pembelian. *Strategic*, 28-35.
- infosurabaya.com. (2022, Desember). *Daftar Lengkap Universitas di Surabaya*. diakses 8 Mei. Retrieved from [infosurabaya.com: https://infosurabaya.com/21858/daftar-lengkap-universitas-di-surabaya/](https://infosurabaya.com/21858/daftar-lengkap-universitas-di-surabaya/)
- Karinda, B. R., & Sulistyawati, L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 536-540.
- Kawalo, O. R., Wenas, R. S., & Rogi, M. H. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal EMBA*, 1340-1351.
- Kemenperin. (2019, Oktober). *Siaran Pers*. diakses 8 Mei. Retrieved from Kementrian Perindustrian Republik Indonesia: <https://kemenperin.go.id/artikel/21117/Industri-Pengolahan-Kopi-Semakin-Prospektif>
- Liesander, I., & Dharmayanti, D. (2017). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Lima Di Jawa Timur. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1-13.
- Moretti, R. (2017). A Comparative Study of Coffee Culture between Italy and South Korea: An Exploratory Study. *Asia-Pacific Journal of Business* , Vol.8, No.2, 41-55. Retrieved from <https://imr.kangwon.ac.kr/apjb.7.7.201712.41>
- Musfar, T. F. (2020). *Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nofianti, M. (2021, April). *Hidup Sehat*. diakses 8 Mei. Retrieved from Cekaja.com: <https://www.cekaja.com/info/perbedaan-kopi-instan-dan-kopi-bubuk>
- Nurussakinah, F., Supriyanto, A., & Faidah, A. N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Sasirangan Di Wilayah Kota Banjarmasin). *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 39-54.

- Padli. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Ambon. *Hipotesa*.
- Patulak, I. M. (2022, Juni). Kopi Menjadi Minuman Pilihan dan Gaya Hidup Mahasiswa Sebagai Konsumen di Area Kampus. *Buletin LOUPE*, 18.
- pddikti.kemdikbud.go.id. (2022, Agustus). *Profil Perguruan Tinggi*. diakses 8 Mei. Retrieved from pddikti.kemdikbud.go.id: https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/MEEyNDIOQkItQjRCNy00NTQyLUEwNUUtODUxMzJGRDNcMjc2
- Priambodo, G., & Subyanto, M. (2017). Peran Komunikasi Word Of Mouth Tradisional Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Merek. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 8-17.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Purwaningdyah, S. S. (2019). Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 73-80.
- Putri, S. R., & Amalia, R. (2018). Pengaruh E-wom Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Situs Online Shopee.ID. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 75-84.
- Rauf , A., Manullang, S. O., P.S, T. A., Diba, F., Awaludin, I. A., Muniarty, P., . . . Yahawi, S. R. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. 2021: Insania.
- Rully, I., & Poppy, Y. (2017). *Metodelogi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. A. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 2596-2620.
- Simamora , V., Albab, M. U., Putra, R. J., & Diansyah. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Daya Saing Pelaku UMKM. *Journal For Business And Entrepreneurship*, 4, 2501-6682.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4, 2549-2233.
- Suparti, & Feby Evelyn. (2022, Desember). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan Good Day Mocacinho di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 790.

- Swastha, B., & Handoko, T. (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Syafarudin, A. (2021). The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty in the Era Covid-19. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting* , 71-83.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (Cetakan Pertama ed.). Malang: Edulitera.
- Yudanegara, A., & Rahmi, P. P. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM di Kota Bandung. *JURNAL INDONESIA MEMBANGUN*.
- Zuhdi, I., Muniroh, L., & Eldine, A. (2021). Pengaruh Harga dan Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 111-119.