

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy, Jogiyanto Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS). Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). *Kualitas produk , citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)*. 6(3), 96–107.
- Anggraini, Y. (2010). Pengukuran Indeks Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Partial Least Square (PLS) (Study Kasus : Pelanggan Kartu IM3). *Universitas Negeri Yogyakarta*, 100.
- Ariyuni, D., & Suhardi, Y. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir). *Jurnal STEI Ekonomi*, 22(11), 1–19.
- B. Alexander, D. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- G. M. Wariki., L. Mananeke., H. T. (2015). PENGARUH BAURAN PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN TAMANSARI METROPOLITAN MANADO. *Jurnal Emba*, vol.3, 1073–1085.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hariyanto. (2019). *Riset TOFFIN: Bisnis Kedai Kopi Makin Menggeliat di 2019*. <https://www.industry.co.id/read/58786/riset-toffin-bisnis-kedai-kopi-makin-menggeliat-di-2019>.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.

- Husein, Umar. (2000). *Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Indrian, E. F. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Janjijiwa Coffe. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Iriani, F., & Indriyani, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar*. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Jawapos. (2021). *PPKM Kota Surabaya, Kafe dan Restoran Siasati Jam Operasi*. <https://www.jawapos.com/surabaya/13/01/2021/ppkm-kota-surabaya-kafe-dan-restoran-siasati-jam-operasi/>.
- Joesyiana, K. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)*. *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1). 71–85.
- Khilda, A. (2019). *PENGARUH LOKASI DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada Coffeeshop Kopi Euy! Jl. Tamansari no.50 Bandung)*. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*. i, 16–45.
- Kotler, P. (2016). *Persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 10–31.
- Kurniati, I. (2012). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)*. *Bisnis Administrasi*, 45, 39. Diakses dari <http://eprints.polsri.ac.id/id/eprint/674>
- Kusuma, B. H. (2015). Analisis Pengaruh Promosi , Word of Mouth , Dan Brand Awareness Terhadap Pembentukan Minat Beli Pada Coffee Groove Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 4, 1–10.
- Mazuanda, D. (2018). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha di PT. Hasjrat Abadi Cabang Manado*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9). 1689–1699.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). *Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol.7. 1–15.

- Oktaviani, W. (2018). *PENGARUH HARGA, PERSEPSI KONSUMEN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFFE INDIYA KULINER DI TELUK KUANTAN*. Universtas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Prasetya, Ananda. (2020). *Penikmatnya Semakin Meningkatkan Bisnis Kopi Masih Menjanjikan*. <https://merahputih.com/post/read/penikmatnya-semakin-meningkat-bisnis-kopi-masih-menjanjikan>.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Pusparisa, Yosepha. (2019). 10 Negara dengan Konsumsi Kopi Terbesar Dunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/13/10-negara-dengan-konsumsi-kopi-terbesar-dunia>.
- Saputra, D. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK, WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN EIGER CABANG MANYAR SURABAYA*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).
- Senggetang, V., & Moniharapon, S. (2019). *PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN KAWANUA EMERALD CITY MANADO*. *Jurnal Emba*, 7, 881–890.
- Shafira, Aulia. (2020). Jumlah Konsumsi Kopi Meningkat Saat Pandemi Kualitas Kopi di Indonesia Menurun. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/firashfraa/5f8468168ede48780a2f0a72/jumlah-konsumsi-kopi-meningkat-saat-pandemi-kualitas-kopi-di-indonesia-menurun>.
- Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sinambow, S., & Trang, I. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zona Mega Mall Manado. *Jurnal Emba*, 3(3), 300–311.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Alfabeta Bandung.
- Syafri, Edi; Endrizal, N. (2013). *Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Label Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Outlet Gardena Yogyakarta*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9). 1689–1699.
- Tobing, R. P., & Bismala, L. (2015). *Pengaruh Citra Merek dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi*. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 73–82.
- Wardana, A (2016). *Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian non-pengguna shampo sunsilk di surabaya*. STIE Perbanas.
- Winatadewi, dkk. (2020). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE BUKALAPAK DI BANDUNG*. *Jurnal e-Proceeding of Management : Vol.7, No.2*.
- Yustiawan, O., & Prijati. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2). 1–20.