

DAFTAR PUSTAKA

- Databoks.Katadata.co.id. (2018). *2021, Konsumsi Kopi Indonesia Prediksi Mencapai 370 Ribu Ton*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>
- Erianto, R. A., & Mashariono. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Furore Coffee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(5), 1–18.
- Finanda, I. R., & Wiwaha, A. (2017). Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Pada Konsumen Miloff Beauty Bar. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 1(2), 134–140.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling*. universitas diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling dengan Partial Least Squares*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127–143.
- 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.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 34–44. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v2i2.4075>
- Maydiana, S., & Hendry Cahyono. (2020). Etika Bisnis Islam Dalam Era Bisnis Kekinian (Studi Kasus Kedai Kopi Diskuupi Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 210–221. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p210-221>
- Mutia, I. N., & Safitri, H. M. (2018). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Bite & Co. Café Lamprit Banda Aceh. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 2(2), 11–20. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v2i2.980>
- Pratiwi, Y. R. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru, JOM FISIP Volume 4 No. 1 _ Februari 2017. *JOM FISIP*, 4(1),

1–15.

- Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Purnama, D. R., & Khuzaini. (2019). Pengaruh Citra Merek, Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Wakul Suroboyo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(5), 1–19.
- Sari, D. R., & Hartini, S. (2020). Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea (Survei pada Pengunjung Kedai Mie Korea). *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 31–42.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- surabaya.bisnis.com. (2019). *Pertumbuhan Kafe Berbasis Kopi Jatim Mencapai 18 Persen Setahun*. 1 Oktober. <https://surabaya.bisnis.com/read/20191001/531/1154444/pertumbuhan-kafe-berbasis-kopi-jatim-mencapai-18-persen-setahun>
- Toffin Indonesia. (2020). *Toffin Indonesia Merilis Riset “2020 Brewing in Indonesia.”* <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riiset-2020-brewing-in-indonesia/>
- Yusra, I., & Nanda, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N’Poll Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 161. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.173>