

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arif, M. (2021). Pengaruh social media marketing, *Electronic Word of Mouth* (EWOM) dan lifestyle terhadap keputusan pembelian online. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 111–122.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2023, March 10). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Azizah, S., & Prasetio, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Di Instagram, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kanz Coffee & Eatery). *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2).
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Badan Pusat Statistik. https://www.bps.go.id/pressrelease.html?katsubjek=11&Brs%5Btgl_rilis_ind%5D=&Brs%5Btahun%5D=&yt0=Search
- Creswell, J. W. (2016). Research design: pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*, 5.
- Damayanti, Y. (2020). Kajian Literatur Efektivitas *Electronic Word of Mouth* (E-Wom) Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 2 (1).
- Dewi, A. S., Inayati, T., & Efendi, M. J. (2022). Pengaruh Digital Marketing, *Electronic Word of Mouth*, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 202–209.
- Diyatma, A. J. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. *E-Proceeding of Management*, 4(1).
- Ekasari, N. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan pada PT BFI Finance Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi*, 16(2).

- Fatahilla, Rachmad Januar (2015). *Store Atmosphere dan Minat Beli Konsumen (Studi Eksplanatif Pengaruh Store Atmosphere pada DW Coffee shop Malang terhadap Minat Beli)*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanuddin, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4(1).
- Hendriyati, L., & Santoso, I. B. (2021). Strategi Pemasaran Food and Beverage untuk Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19 di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 4(1), 60–72.
<https://doi.org/10.36594/jtec.v4i1.111>
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018a). 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.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018b). 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.
- Imah, M. T., & Purwoko, B. (2018). Studi Kepustakaan Penerapan Konseling Neuro Linguistic Programming (NLP) dalam Lingkup Pendidikan. In *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta : PT Indeks.
- Kurniawan, Z. I. (2023). Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Jseven Coffee Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, 10.
- Mahmudah, L. S. (2021). *Pengaruh Strategi Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Warung MamamYuu Kediri)*.
- Majid, A. (2021). *Efektifitas Penyuluhan Pertanian Menggunakan Multi media (Studi pada Kelompok Tani Mandiri Sukaasih Kota Tasikmalaya)*.

- Majid, A., Fazal V, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., & Santika, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Jurnal of Economic, Management, and Business Research*, 2(1). www.jember.umla.ac.id
- Mercy. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia di Kota Padang. *Economica*, 2(2), 174–182. <https://doi.org/10.22202/economica.2014.v2.i2.230>
- Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 145–162.
- Nasrullah, R. (2015). Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Socioteknologi. *Jakarta: Simbiosis Rekatama Media. Prenamedia Group. Rosdakarya.*
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen penelitian dan urgensinya dalam penelitian kuantitatif. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4(1), 59–75.
- Nurhidayat, W., & Sukirman, O. (2021). Peranan *Electronic Word of Mouth* dalam Keputusan Berkunjung. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 12(1), 132–147.
- Pasaribu, A., & Jetslin Simbolon. (2022). Tingkat Pengetahuan dan Pemahaman Mahasiswa Dalam Menggunakan Aplikasi SPSS Untuk Mata Kuliah Biostatistik. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(3). <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i3.654>
- Puspitaningtyas, Y. A., & Saino. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(4), 545–558. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i4.111>
- Putro, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* (WOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Bandeng Pak Elan 2 di Gresik. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(10).
- Qurtubi, J. (2018). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pelanggan Dalam Mengonsumsi Formula 1 Nutritional Shake Mix Herbalife (studi Kasus Di Rumah Nutrisi Club Kece Badai Pekanbaru).*
- Ramadhan, I. D., & Purnamasari, O. (2023). Pengaruh Konten Instagram Chatime terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(1), 43–52.

- Rasyid, R. A., Moniharapon, S., & Trang, I. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media, Kualitas Layanan dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki pada PT Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4), 3933–3942. <http://www.detikoto.com/>
- Regina Mone. (2023, December 7). *Kopi Fest Indonesia 2023, Ajang Berkumpulnya UMKM dan Pecinta Kopi*. Mnews. <https://mnews.co.id/read/fokus/kopi-fest-indonesia-2023-ajang-berkumpulnya-umkm-dan-pecinta-kopi/>
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah : Journal of Islamic Studies*, 14(1), 62–70.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01).
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.
- Shadrina, R. N., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sinaga, B. A., & Sulistiono. (2020). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79–94. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.329>
- Sudarsono, A., & Suharsono, Y. (2016). Hubungan Persepsi terhadap Kesehatan dengan Kesadaran (Mindfulness) Menyetor Sampah Anggota Klinik Asuransi Sampah di Indonesia Medika. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 04(01).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi.
- Toffin Insight. (2020). *Toffin Indonesia Merilis Riset “2020 Brewing in Indonesia.”* Toffin Insight. <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riset-2020-brewing-in-indonesia/>

- Toruan, R. R. M. L. (2018). Proses Implementasi *Word of Mouth* Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran LA Perla Plaza Senayan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1).
- Trisnawati, S., & Widayat, R. (2021). *Desain Interior Rumah Kopi dan Pelatihan Barista Gaya Bohemian Luxury*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/96787/>
- Wikipedia. (2023). *Kabupaten Semarang*. Wikipedia. https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Semarang#:~:text=Kabupaten%20Semarang%20memiliki%2019%20kecamatan,sebaran%20penduduk%201.061%20jiwa%2Fkm%C2%B2.
- Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). *Electronic Word of Mouth*, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 115–124.
- Yuana, D., & Wahyuati, A. (2018). Pengaruh Harga, Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(12).