

DAFTAR RUJUKAN

- Aji, G., Safitri, N., Wijaya, R. N., Basilla, W. D., & Nadia, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Pekalongan). *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 1(2), 131–140. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.276>
- Ango, F. F., Tawas, H. N., & Mandagie, Y. (2023). The Influence Of Caffe Ambience, Product Quality, Product Variation On Purchase Decisions At Upcoffee Manado Cafe. *Jurnal EMBA*, 11(1), 1171–1177. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.47322>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). *The Influence Of Brand Image, Promotion And Service Quality On Consumer Purchase Decisions On Tokopedia E-Commerce In Manado City*. 10(1), 663–674. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.38279>
- Anisa, N., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverages. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 626–640. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.708>
- Aprilleoni, A. S., Lukito, H., & Rahmawati, U. (2025). Pengaruh Media Sosial, Word Of Mouth, Sistem Delivery Order Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Umkm Salad Antika. *Creative and Innovative Economy*, 2(2), 68–81. <https://ejournal.abdiamanah.or.id/index.php/cie/article/view/82>
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 85–104. <https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/1643>
- Baskara, A., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Pengaruh Variasi Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kulo Galuh Mas Karawang. *Economicus: Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 14(1), 12–23. <https://doi.org/10.47860/economicus.v14i1.19>
- Damayanti, D., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh Kualitas, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Purwodadi. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 12(2), 508. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i2.775>
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E. L., & Ndoen, W. M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299–310. <https://doi.org/10.35508/jom.v10i3.1998>
- Fachreza, A. V. I., & Soebiagdo. (2024). Analisis Deskriptif Kualitatif Implementasi Word Of Mouth Dalam Komunikasi Pemasaran Produk Brookland Coffee.

Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital, 3(2), 105–116.
<https://doi.org/10.55047/jekombital.v3i2.814>

Fadhilah, M., Cahya, A. D., & Regindratama, A. (2023). Pengaruh Variasi Produk Dan Display Layout Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi Di Toko Src Jumasri. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, VII(2), 710–728.
<https://doi.org/10.23969/oikos.v7i2.6013>

Firdiansyah, D., & Prawoto, E. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Pada Toserba Danareal Wonosobo Jawa Tengah). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 2(2), 314–320.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=KLpADdAAAAAJ&citation_for_view=KLpADdAAAAAJ:LkGwnXOMwfcC

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS*. Universitas Diponegoro.

Goni, L. P. F., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Dan Kopi Chamar Kawangkoan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 224–232.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43760>

Hakunta, T., & Sujianto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Warung Kopi Tequila Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2).
<https://doi.org/10.47492/jih.v11i2.2287>

Hasanuddin, M. R., Rachma, N., & Wahono, B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Pelanggan Kedai Kopi Mr Beard Coffee Jl, Saxophone No. 47 Tunggul Wulung Lowokwaru Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 09(11), 39–53.
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/6336>

Hidayat, A., & Arifin, K. (2023). Pengaruh word of mouth (WOM) terhadap keputusan pembelian Caffee and Tea Sintesa Tanjung Tabalong. *JAPB*, 6(2), 763-779.

Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 209-215.

Ilahi, A. A. A., Beddu, M., Nurbakti, R., & Putra, P. (2025). Strategi Word of Mouth Cafe Cerita Kopi dalam Meningkatkan Kunjungan Pelanggan. *RIGGS: Journal*

- of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1), 168–173.
<https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.391>
- Indahsari, L. N., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah*, 1(1), 51–60.
<https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>
- Juniar, R., Bukhari, E., & Nursal, M. F. (2025). Pengaruh Word Of Mouth, Lokasi, Kualitas Produk, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bekasi Timur. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 3(3), 216–235. <https://doi.org/10.69718/ijesm.v3i3.491>
- Kojongian, A. S. C., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/38676>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management* (Sixteenth edition, global edition). Pearson.
https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?hl=id&id=zXpfzgEACAAJ&redir_esc=y
- Latifah, E., & Handoko, P. (2024). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kopi Bakar Bapak Endut Cabang Pandeglang. *Prosiding Seminar Nasional Administrasi Banten*, 1(1), 126–130.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=KL PnO74hB6MC&citation_for_view=KL PnO74hB6MC:UebtZRa9Y70C
- Maharani, S., & Yahya. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Ufo Elektronika Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10, 1–16.
<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4088>
- Mukti, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–245.
- Munandar, A., & Erdkhadifa, R. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, Store Atmosphere, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warkop Kidol Lepen Tulungagung. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 2(1), 50–74. <https://doi.org/10.21274/reinforce.v2i1.7397>
- Perwithasari, R., & Kurniawan, M. (2022). Analisis Sosial Media Instagram Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Bilik Tropical Sepatan. *Dynamic Management Journal*, 6(2), 160–174.

- Pratiwi, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pelanggan Kopi Janji Jiwa Ungaran). *Universitas Islam Sultan Agung (Undergraduate Thesis)*.
- Pratiwi, B. F. N., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kedai Kopi Ruang Temu Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1501–1511. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1501-1511>
- Priyanto, A., & Hasmarini, I. M. I. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi, Harga dan Penggunaan Qris (Quickresponse Code Indonesian Standard) terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa pada Coffee Shop Bento Kopi UMS* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Putra, C. I. R., Samari, & Sardanto, R. (2022). Analisis Variasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Ndalem Simbah. *Rosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7, 31–39. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2045/1688>
- Putra, Y. P., Sutomo, M., & Syarifuddin, U. (2025). Kualitas produk, variasi produk dan word of mouth dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(04), 1220-1236.
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty At Pt. Matahari Department Store In Mantos 2. *Jurnal EMBA : Jurnal RIset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), 1428–1438. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i1.33202>
- Putri, N. A., Safri, H., & Zufri. (2021). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Etika Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Warung Kopi Gelas Batu Kota Pinang. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 1(3), 132–143. <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JUMSI/article/view/2685>
- Putri, W. K., & Rakhmawati, D. Y. (2024). Pengaruh Service Quality Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warkop Brewok Di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(2), 207–214. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/62672>
- Rakhmah, O. T. N., Darutama, A., & Kurniawati, F. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kuliner Gemek Kedungwuni. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 246–256. <http://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/477>
- Ratnasari, Y. R., Setiawati, I., & Setyorini, N. (2023). Pengaruh Variasi Produk, Suasana Cafe, Social Media Marketing, Dan Metode Pembayaran Terhadap

- Peningkatan Penjualan: Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kabupaten Blora tahun 2022. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 60–79. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i1.278>
- Risanti, A., & Khuzaini, K. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).
- Rizal, M., & Wahyuni, D. U. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mebel. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(7). <https://Jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4186>
- Rohmah, Z., & Sukaris, S. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Wardah kosmetik. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 7(1), 37–48. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v7i1.1164>
- Rumawung, V., Tumbel, T. M., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Transmart Kairagi. *Productivity*, 2(5), 433–438. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/36156>
- Sandra, T. J., & Prawoto, P. (2024). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada kedai Kopi Konnichiwa. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 13(2), 370-377.
- Saputra, I. W. G., & Wulandari, N. L. A. A. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Pelayanan Dan Word of mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Pada Yanyan Silver Di Gianyar. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(2). <https://doi.org/10.32795/vol4wamrtno1th24>
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Siregar, J. K., & Luntungan, A. B. R. (2025). Pengaruh Capital Intensity, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019–2023). *Economics Professional in Action (E-Profit)*, 7(1), 58–71. <https://doi.org/10.37278/eprofit.v7i1.1236>
- Sobari, H., & Gunawan, G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Belrum Kecamatan Panumbangan Kabupaten

- Ciamis. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 489–504. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i2.501>
- Subiga, Z. (2016). Analisa Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Makanan Di Restoran Fast Food Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 4(1), 158–171. <https://www.neliti.com/id/publications/84742/analisa-faktor-internal-dan-faktor-eksternal-yang-mempengaruhi-konsumen-dalam-me#cite>
- Sudana, I. K., Anggreni, N. L. P. Y., & Indrawan, I. P. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan (Study Kasus Kober Mie Setan Peguyangan). *WIDYADARI: Jurnal Pendidikan*, 22(2), 555–561. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.5574445>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta Bandung.
- Syafa'at, A., Amron, A., Wismantoro, Y., & Setiawan, A. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat, Promosi) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kedai Kopi Matada Di Brebes. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 13(4), 817–829. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i4.2691>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. D., & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 161–166. <https://doi.org/10.64464/tarbiyah.v2i1.25>
- Syauqiah, N. S., & Nurhadi, A. (2024). Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kopi Nako Yasmin Bogor. *JORAPI: Journal of Research and Publication Innovation*, 2(3), 2450–2457. <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JORAPI/article/view/1246>
- Syera, I. A., Ningsih, S., & Irwansyah, R. (2025). Efektivitas Digital Marketing, Potongan Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Toko Arif Jaya). *Al-Istimrar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 11–28. <https://jurnal.insan.ac.id/index.php/istimrar/article/view/829>
- Titing, A. S., Wonua, A. R., Hendrik, Dzulfaqar, M., & Al-Haq, Abd. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Word of Mouth (Studi Kasus di Cafe Come On Coffe Pomalaa). *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 10(1), 34–47. <https://doi.org/10.52643/jam.v10i1.873>
- Umbase, C. Z., Areros, W., & Tamengkel, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado. *Productivity*, 3(4), 390–395. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/43091>

- Upekca, I. W. A., Adrian, W. D., Syafendra, Y., & Pakpahan, A. K. (2022). Antaseden Dari Word Of Mouth Pada Kedai Kopi Lokal Di Indonesia. *Universitas Tarumanagara*, 27(3), 441–459. <https://doi.org/10.24912/je.v27i3.1175>
- Werdiasih, R. D., Karnowati, N. B., & Yoana, Y. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inovasi Daerah*, 1(1), 48–57. <https://doi.org/10.56655/jid.v1i1.6>
- Widiyanto, E., Ridiatno, A., & Herwanto, M. T. (2025). Budaya Cethe dalam Masyarakat Tulungagung Sebagai Media Promosi Pariwisata Kabupaten Tulungagung. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(11), 2965–2974. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i11.4911>
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573–1582. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1573-1582>
- Yahya, B., & Yuniarto, A. S. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Warmindo. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Perencanaan Kebijakan*, 2(1), 13. <https://doi.org/10.47134/jampk.v2i1.391>
- Yuliana, H., & Pratiwi, A. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 393–404. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i7.1952>