

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. J. C. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(3), 45–51.
- Berman, & Evans, J. R. (2017). *Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition. Edisi 13*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Effendy, M. L., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2021). *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warung Kopi Cak Kebo*. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 8(2), 107-116.
- Erianto, R. A., & Mashariono, M. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Furore Coffee*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(5).
- Faaza, M. M., & Samboro, J. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Amstirdam Coffee & Roastery Malang*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(2), 630-633.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <https://www.google.co.id/maps>
- Hafidhuddin. (2020). *Manajemen syariah dalam praktik*. Gema Insani.
- Hidayat, T. (2020). *Analisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 109-119.
- <https://www.inews.id/find?q=perkembangan+warung+kopi#gsc.tab=0&gsc.q=perkembangan%20warung%20kopi&gsc.page=1>
- Kotler, & Keller. (2017). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- <https://kedirikab.go.id/disparbud>
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 2)*. Salemba Empat: Jakarta.
- Muhammad, R., & djastuti, I. (2019). *PENGARUH INOVASI DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA BISNIS DENGAN KEUNGGULAN*

KOMPETITIF SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Coffeeshop di Kota Semarang).

- Ningrum, A. S., & Suryoko, S. (2018). *Pengaruh harga, produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di peacockoffie, semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 8(1), 164-173.*
- Pasaribu, V. L. D. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan. Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi, 19(2), 156-167.*
- Putri, C. M., & Manik, C. D. (2021). *Pengaruh Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Kopi Jaelansky Pamulang. Jurnal Ilmiah PERKUSI, 1(1), 37-42.*
- Sabran, B. (2018). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Dan 2, Ed. 13.* Jakarta, PT. Erlangga.
- Sernovitz, A. (2018). *Word of Mouth Marketing : How Smart Companies Get People Talking.* New York : Kaplan Publishing.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Bisnis.* Alfabeta. Alfa Beta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D).* Alfabeta.
- Tjiptono. (2017). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian).* Andi.
- Zulkarnain, M., & Abdul, L. (2021). *Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Bus. Innov. Entrep. J, 3(1), 38-44.*