

Daftar Pustaka

- Afifi, M. F. (2019). Pengaruh Store Atmosphere dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(No. 3), 1–17.
- Arfadia Agency. (2020, November 12). *Toffin Indonesia Merilis Riset “2020 Brewing in Indonesia”* .
<https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-ri-set-2020-brewing-in-indonesia/>.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). *pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada cafe wareg bengkulu*. 1.
- Astaivada, T. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial, Word of Mouth dan Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Jajanan Kuliner Di Pelabuhan Kamal. *Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 3(2).
- Ekonomi, F., Unisma, B., Hartono, O. R., Arifin, R., Hufron, M., Manajemen, P., Bisnis, D., & Malang, U. I. (2020). *e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Pengaruh Strategi Promosi Sosial Media (Instagram) Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Mbok taya*. www.fe.unisma.ac.id
- Ethamidy, S. A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Promosi Media Sosial, Promosi Penjualan, dan Word of Mouth Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Bank BNI Syariah . *Skripsi*.
- Fatilah, S. (2020). *Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Melaka Wedding Organizer Pekanbaru*.

- Ghozali, I. (2012). *aplikasi analisis multivariate dengan progrm IBM SPSS 20* (6 ed.). Semarang BP Undip.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 23* (7 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut* (G. Wija, Ed.; 1 ed.). Medpress.
- Khasanah Nur, U. (2020). Pengaruh P romosi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. Dalam *Skripsi*.
- Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2009). *manajemen pemasaran* (13 ed.). penerbit erlangga.
- Laroche, M., Babin, B. J., Lee, Y. K., Kim, E. J., & Griffin, M. (2005). Modeling consumer satisfaction and word-of-mouth: restaurant patronage in Korea. *Journal of Services Marketing*, 19(3), 133–139. <https://doi.org/10.1108/08876040510596803>
- Lutfiana. (t.t.). *Pengaruh Strategi Promosi Media Sosial*.
- Monavia Ayu Rizaty. (2024). *Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia (Desember 2018-Desember 2023)*.
- Pamungkas Aji, Bagas, & Zuhroh, Siti. (2016). pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada kedai bontacos, jombang). *komunikasi* , X NO.2(1978–4597).
- Peter, & Paul, J. (2000). *customer behavior: perilaku konsumen dan strategi pemsaran* (5 ed.). penerbit erlangga.
- Pufa, R. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Online pada Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Homood, Deli Serdang Utara). *Skripsi*.

- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT : Teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot, rating, dan OCAI* (7 ed.). Gramedia 2017.
- Shaggy, L. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Wiji Kopi Tegal . *Skripsi*.
- Sigit, S. (2002). *Pemasaran Praktis (practical marketing)* (3 ed.). BPFE.
- SK Coffee Lab. (t.t.). *SK Coffee Lab.- Kedai Kopi* .
<https://skcoffeelab.business.site/>.
- Sugiyono. (2016). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (13 ed.). alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran : Vol.* ISBN: 9786029324679 (1 ed.). CAPS .
- Syofian et al. (2021). *pengaruh produk pelayanan, harga, dan merek terhadap keputusan pembelian pizza hut di kota bengkulu*. 4, 65–79.
<https://journals.unihaz.ac.id/index.php/crmj/article/download/2237/1155>
- Triasih, Retno. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Social Media dan Word of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Nasabah untuk Melakukan Pembiayaan (studi pada nasabah pagadaian unit pelayanan syariah chandra). *skripsi*.
- Varinder Taprial, & Priya Kanwar. (2012). *Understanding Social Media*.

Zaini, Ahmad Baihakki. (2013). *analisa pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian(studi kasus pasta gigi pepsodent di wilayah jakarta timur).*