

## DAFTAR PUSTAKA

- Agnelia, R. A., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2013). *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* , 10 (2), 177.
- Alfatika, Mutia.2017. Pengaruh *Perceived Value*, *Perceived Quality* dan *Perceived Sacrifice* Terhadap *Customer Satisfaction* Studi Pada ACE Hardware Yogyakarta [Skripsi]. Purworejo (ID) : Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Amanah, D., & Pelawl, S. P. (2015). Pengaruh Promosi ( Sales Promotion) dan Belanja Hedonik ( Hedonic Shopping ) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair. *Jurnal Quonomic* , 12.
- Andari, R., & Napu, D. M. (2016). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Domestik Di Devina Tour And Travel Gorontalo. *Tourism and Hospitality Essential* , 6 (1).
- An'nisa, V. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Little Wings Di Bandung Tahun 2016. 2, 475.
- Aprianty, Vina.2016. Kontribusi Strategi Pemasaran Word Of Mouth Dalam Keputusan Pembelian Pada Konsumen Ace Cellular BEC Bandung [Skripsi]. Bandung (ID) : Universitas Widyatama.
- Coffee, S. (n.d.). *Informasi Kopi Terlengkap*. Retrieved Maret 28, 2020, from <https://www.sasamecoffee.com/kopipedia/>
- Darayani, T. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Purchase Decision Dan Dampaknya Pada Consumer Satisfaction Di Distro Quiet Riot Bogor.
- Ghozali, Imam, & Sarjono, H. (2016). Segmentasi Berdasarkan Pengaruh Perceived Value, Store Atmosphere, Dan Product Variation Dalam Meningkatkan Repurchase Intention Pada Starbucks Manado. *Ekonomi* , 14 (2), 101-208.
- Darayani, T. (2011). *Aplikasi AnalisisMultivariate Dengan Program SPS*.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.

- Google. *Ulasan Kopi Janji Jiwa Taman Dayu*. Retrieved Maret 28, 2020, from [https://www.google.com/search?q=kopi%20janji%20jiwa&oq=kopi+janji+jiwa&aqs=chrome..69i57j0l5j69i60l2.6567j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF8&safe=strict&sxsrf=ALeKk00bbIUUtUjYKN5i0lc5WLouosVqw:1591013548942&npsic=0&rflfq=1&rlha=0&rllag=7680898,112766977,15216&tbm=lcl&rldimm=10572442243853226572&lqi=Cg9rb3BpIGphbmppIGppd2FaIgoPa29waSBqYW5qaSBqaXdhIg9rb3BpIGphbmppIGppd2E&phdesc=a5zYj2ExaT0&ved=2ahUKEwikquryDpAhXOdn0KHaDrBAwQvS4wAHoECAwQIQ&rldoc=1&tbs=lr:!1m4!1u3!2m2!3m1!1e1!1m4!1u2!2m2!2m1!1e1!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,lf\\_ui:9&rlst=f#rldoc=1&rifi=hd:;si:12185370934339609899,1,Cg9rb3BpIGphbmppIGppd2FaIgoPa29waSBqYW5qaSBqaXdhIg9rb3BpIGphbmppIGppd2E,y,ymPkCRrOVmY;mv:\[\[-7.217331899999999,112.92174109999999\],\[\[-7.9983793,112.60152749999999\]\]](https://www.google.com/search?q=kopi%20janji%20jiwa&oq=kopi+janji+jiwa&aqs=chrome..69i57j0l5j69i60l2.6567j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF8&safe=strict&sxsrf=ALeKk00bbIUUtUjYKN5i0lc5WLouosVqw:1591013548942&npsic=0&rflfq=1&rlha=0&rllag=7680898,112766977,15216&tbm=lcl&rldimm=10572442243853226572&lqi=Cg9rb3BpIGphbmppIGppd2FaIgoPa29waSBqYW5qaSBqaXdhIg9rb3BpIGphbmppIGppd2E&phdesc=a5zYj2ExaT0&ved=2ahUKEwikquryDpAhXOdn0KHaDrBAwQvS4wAHoECAwQIQ&rldoc=1&tbs=lr:!1m4!1u3!2m2!3m1!1e1!1m4!1u2!2m2!2m1!1e1!2m1!1e2!2m1!1e3!3sIAE,lf:1,lf_ui:9&rlst=f#rldoc=1&rifi=hd:;si:12185370934339609899,1,Cg9rb3BpIGphbmppIGppd2FaIgoPa29waSBqYW5qaSBqaXdhIg9rb3BpIGphbmppIGppd2E,y,ymPkCRrOVmY;mv:[[-7.217331899999999,112.92174109999999],[[-7.9983793,112.60152749999999]])
- Ibrahim, A., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Pada Konsumen Waroeng Steak And Shake Jln. Banteng No.14 Bandung ). 4 (2), 1855.
- Indrawati. (2015). In *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Refika Aditama.
- Jesslyn, B. N., & Loisa, R. (2019). Pengaruh e-WOM di Isntagram terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa. 3 (2), 441.
- Kartika, D. M., & Syahputra. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Ecodemica* , 1 (12).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen* , 2 (2), 119-128.
- Prasetyo, B., & Yunita, R. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi* , 2.
- Prasetyo, B., & Rismawati, Y. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi* , 2.

- Prasetyo, S. H., & Suseno, Y. D. (2015). Pengaruh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Dengan Word Of Mouth Positif Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* , 15, 160.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: PUSTAKA SETIA .
- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh E-WOM Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada. *Ecodemia* .
- Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y Pada Old Bens Cafe. *Manajemen Maranatha* , 16 (2), 133-212.
- Pusparisa, Y. (2019, Desember 13). Retrieved Maret 28, 2020, from 10 Negara Dengan Konsumsi Kopi Terbesar Di Dunia: : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/13/10-negara-dengan-konsumsi-kopi-terbesar-dunia>
- Romadhon, Arif Putro.2016. Pengaruh *Store Atmosphere*, *Harga* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Pada Cafe Kolong Jember) [Skripsi]. Jember (ID) : Universitas Jember.
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, store Atmosphere, Dan E-WOM Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Manajemen Maranatha* , 18 (2), 143-158.
- Saputra, M. A. (n.d.). Populasi dan Sampel Dalam Penelitian. *Pendidikan Kejuruan Pascasarjana Universitas Negeri Malang* , 23.
- Singarimbun, M & Effendi, S.(2006). *Metode Penelitian Survei (Editor)*.Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yosepha, P. (2019, Desember 13). *10 Negara Dengan Konsumsi Kopi Terbesar Di Dunia*. (S. Fitria, Editor) Retrieved Maret 28, 2020, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/13/10-negara-dengan-konsumsi-kopi-terbesar-dunia>