

DAFTAR PUSTAKA

- Aghni Nur R, Siti Z.W, & Najmudin. 2021. Pengaruh *Word Of Mouth* (WOM) dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen untuk Membeli Produk Coffee Oma. Prosiding: Ekonomi dan Bisnis,1(1).
- Alma, Buchari., 2017. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Edisi Revisi. CV. Alfabeta.
- Anang, F., & Budi, F., 2019. Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas konsumen). Yogyakarta: Budi Utama.
- Christian. 2021. "*The Effect of Word Of Mouth On Consumer Purchase Decisions At Cafe Traffic Light Coffie Cilacap.*" *International Sustainable Competitiveness Advantage Journal.* , 1(1), 816–823.
- Dylan Trotsek. 2017. Pengaruh Lokasi Strategis Dan *Word of Mouth* (Wom) Terhadap Keputusan *Bikers Coffee Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.
- Fauji, R. 2018. Pengaruh Lokasi Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Bantacos Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 4(1), 125–146.
- Firmansyah, A., & Budi W., 2018. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Ge, Y., Yuan, Q., Wang, Y., & Park, K. 2021. *The Effect of location on the Customer Purchase Decision Process at Umbira Coffee Shop*
- Hartaroe, B. P., Mardani, R. M., & Abs, M. K. 2016. Pengaruh *Word Of Mouth*, Lokasi terhadap keputusan pembelian pada *D'Coffee Turen*. Prodi manajemen. 82–94.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta: PT BUmi Aksara,

- Jefri, J., & Widagdo, H. 2021. Pengaruh Lokasi, Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Unique Coffeabar* Bekasi. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 37–49.
- Koesworodjati, Yudhi 2021. *Prinsip Dasar Perilaku Konsumen Ancangan Strategi Pemasaran*. Bandung : Universitas Pasundan, 2021.
- Kotler dan Amstrong. 2017. *Principle Of Marketing. 15th Edition. New Jersey. Jakarta: Pearson Prentice Hall.*
- Kotler dan Amstrong. 2018. *Principle Of Marketing. 17th Edition. United Kingdom: Pearson Education Limited.*
- Kim, W. G., Ng, Christy., & Kim, Y. soon. 2017. *Influence of institutional DINESERV on Purchase Decision, and word-of-mouth. International Journal of Hopitality Management*, 28(1),10-17.
- Panjaitan, Edward., 2019. *The Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Decision on Bright Coffee Product in Medan. International Journal of Research and Review*. 6(10), 205–212.
- Pratiwi, Y. R. 2017. **PENGARUH WORD OF MOUTH COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BOARDGAME LOUNGE CAFE PEKANBARU**, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru, JOM FISIP Volume 4 No. 1.
- Priansa, D., 2017. *Manajemen Pemasaran dan Komunikasi dalam Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Putra, D. E., & Purbawati, D. 2019. Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen *Loffle Coffee Up*). *Jurnal Ilmu AdministrasiBisnis*.
- Putu, N., Juliantari, W., Suardhika, I. N., Eka, I. G. N., & Kusuma, T. 2019. *The Determinant of Purchase Decision that Gives the Effect of Word of Mouth in Milk bar coffee bogor. International Journal Of Contemporary Research and Review..*

- Rahman, I., & Reynolds, D. 2019. *The Influence of Values and Attitudes on Green Consumer Behavior: A Conceptual Model of Green Hotel Patronage. International Journal of Hospitality & Tourism Administration.*
- Ramadhani, K. R. 2020. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 1(3), 301–317.
- Rismunawati, P., Rachma, N., & Mustapita, A. F. 2020. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Café cak uut Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(09), 1–20.
- Rohman, Abd., 2018. *Dasar-dasar Manajemen Publik, Cetakan Pertama.*, Malang: Empatdua.
- Saifullah, M., Rachma, N., & Khoirul ABS, M. 2019. Analisis Pengaruh *Word Of Mouth*, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Manajemen*, 25-41
- Sarinah., 2017. *Pengantar Manajemen, Cetakan Pertama.*, Yogyakarta: Deepublish.
- Siwu, R. E. L., Mananeke, L., & Loindong, S. 2021. Pengaruh *Word Of Mouth* dan Terhadap Pembelian Produk *Coffee*. *Jurnal EMBA*, 9(3), 419–426.
- Soraya, N. C. T., & Novi Marlina. 2020. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Garage house coffee*. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 5(3), 229–245.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta, 2017.
- Susanti, L. L., Rachma, N., & Slamet, A. R. 2019. Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian pada *Coffee* Dewandaru *Jurnal Ilmiah Riset* 1–12.
- Thamrin Abdullah., 2018. *Manajemen Pemasaran. Cetakan kedelapan.*, Depok: Raja Grafindo Persada

- Tjiptono, Fandy. 2016. Ph.D. Strategi Pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta: Andi,.
- Tjiptono, Fandy 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2019 Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta:.
- Temaja G. A., Nyoman, N., & Yasa, K. 2019. *The Influence of Word of Mouth of Purchase Intention (A study on the potential customers of Kakiang Garden Cafe Ubud)*. *International Journal of Business Management and Economic Research*, 10(1), 1552–1560.
- Wenda Rumondor, P., Tumbel, A. L., J Ogi, I. W.. 2017. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal EMBA 5(2) Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen*, 1102-1112,..