

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2013). *Marketing*, Cetakan Pertama, Media Pressindo. Yogyakarta.
- Ali Hasan, S.E., M. M. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut* (W. Giri (ed.); 1st ed.). Media Pressindo.
- Alma, B. (2003). Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan. *Bandung: Alfabeta*, 37, 45.
- Alma, D. (2009). *Manajemen Pemasaran Bisnis Kuliner* (Cetakan 8). Alfabeta.
- Berman, Barry & Evans, J. R. (2010). *Retail Management A Strategic Approach* (Twelfth). Jakarta:Person.
- Buchari, & Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Fahreza, M. P., & Siahaan, S. L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Estilo Coffee. *Jurnal Panorama Nusantara*, 17(2), 1–12.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen* (Edisi Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Heizer, Jay, dan B. R. (2012). *Operations Management* (10th ed.). Pearson, Prattice Hall.
- Jamiludin Hasan, Dwi Septi H, Armansyah, B. L. (2023). *Manajemen Operasional* (M. Suardi (ed.); Edisi Pert).Azka Pustaka.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*, 4(1), 75. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6437>
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15 th Edis). New

Jersey:Pearson Prentice Hall.

Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Person Education.

Kotler, P d, & Keller, K. (2016). *Marketing Management Edisi 15 Ebook*. Pearson.

Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan Jilid 2, Jakarta. *Penerbit Erlangga*.

Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: *Erlangga*, 27.

Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)* (Edisi Pert). Salemba Empat.

Marcilia, N. A. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN UMKM SEBLAK ACIL ALUN-ALUN KARANGANYAR. Skripsi Sarjana (Diterbitkan). Surakarta: UIN RADEN MAS SAID.

Mujahidin, A. F., Verlandes, Y., Majapahit, I., Info, A., Diversity, M., Atmosphere, C., Mouth, W. O., & Decisions, P. (2022). *PENGARUH MENU DIVERSITY , CAFE ATMOSPHERE , DAN WORTH OF MOUTH*. 1(3), 141–148.

Mujito, Dr. Hari Muharam, D. D. (2023). *Manajemen Pemasaran* (A. Fitriyanti (ed.); Pertama). EDU PUBLISHER.

Pengaruh Kualitas Produk , Keragaman Menu Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo. (2022). *Journal of Sustainability Business Research*, 3(2), 53–62. <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/view/5560>

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer behavior & marketing strategy*. McGraw-hill.

Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen T E O R I*.

Rina, R., Gusteti, Y., & Purwanto, K. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Foresthree Coffee Kabupaten Dharmasraya. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 4(3), 265–277. <https://doi.org/10.47747/jbme.v4i3.1315>

- Sania, S., & Mariah. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng. *Streaming Jurnal Manajemen*, 1(1), 45. <http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/streaming/article/view/233>
- Seputarkebumen. (2023). *Tempat Favorit Nongkrong, Morosoetta jadi pusat kuliner dan hiburan di jantung kota kebumen*. Seputar Kebumen. <https://www.seputarkebumen.com/2023/05/tempat-favorit-nongkrong-morosoetta.html>.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (FL.Sigit (Ed.). Andi.
- Sugiyono. (2021). *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Sunarto (Ed.); 1st ed.). ALFABETA.
- Sumardy, Marlin Silviana, M. M. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Eureka Media Aksara, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah*, 212.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi pemasaran* (Andi (Ed.); 3rd ed.).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Andi Offset (Ed.); 4th ed.).
- Wahyu Ali, M. A., & Djoko, Handoyo WListyorini, S. (2013). Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(2), 1–9. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>
- Wenda Rumondor, P., Tumbel, A. L., J Ogi, I. W., & Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. *Harga..... 1102 Jurnal EMBA*, 5(2), 1102–1112.
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati). *Journal Of Managemnt & Business*, 5(c), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>