

Daftar Pustaka

- Abdillah, & HM, J. (2015). Partial Least Square (PLS) ALternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis. *Yogyakarta: ANDI*.
- Al Badi, K. (2018). The Impact of Marketing Mix on the Competitive Advantage of the SME Sector in the Al Buraimi Governorate in Oman. *SAGE Open - Research Paper*.
- Amanda, T., & Nurmalina, R. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Waroeng Hotplate Odon Bogor. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*.
- Ariani, N., Alfatih, & Marlina. (2022). Meningkatkan Bauran Pemasaran UMKM Pada Kondisi New Normal Melalui Workshop Sistem Daya Saing. *Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*.
- Ayu Sudari, S., Kumar Tarofder, A., Khatibi, A., & Tham, J. (2019). Retracted: Measuring the critical effect of marketing mix on customer loyalty through customer satisfaction in food and beverage products. *Management Science Letters*.
- Bakti, U., Hairudin, & Septijantini Alie, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*.
- Balqis Khansa, I. (2021). PENGARUH MARKETING MIX (4P), DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DENGAN KUALITAS LAYANAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BANK SYARIAH DI JABODETABEK. *Repository UIN Jakarta*.
- Dyah Eka, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Word of Mouth Melalui Minat terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan e-Banking pada Bank BNI. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.

- Fajriati, N., & Megawati. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Jaya Sentosa Mebel 7 Ulu Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*.
- Hayati, R. (2020). PENGARUH WORD OF MOUTH, BAURAN PEMASARAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPATUHAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Gubug Grobogan). *Perpustakaan IAIN Salatiga*.
- Hemaswari Santoso, A. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN UNTUK BERKUNJUNG KE MONOPOLE COFFEE LAB DI SURABAYA. *Universitas Ciputra Journal*.
- Hidayah, D., & Idris. (2019). Influence of Price, Product Quality, Location, Brand Image, and Word of Mouth on Purchasing Decisions at Bacarito Padang Cafe with Buy Interest as a Moderation Variable. *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 124.
- Johansyah, M., & Foster, B. (2019). The Effect of Product Quality and Price on Buying Interest with Risk as Intervening Variables (Study on Lazada.com Site Users). *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.
- Junaidi, J., & Meirisa, F. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Word Of Mouth, Dan Layout Terhadap Keputusan Pembelian Di Supermarket Diamond Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*.
- Kevin, L., & Tjokosaputro, M. (2021). PENGARUH PERCEIVED PRICE DAN COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP REPURCHASE INTENTION MEREK MINUMAN XING FU ERHADAP REPURCHASE INTENTION MEREK MINUMAN XING FU MEDIASI. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, Jakarta*.

- Kotler, Philip & Keller, & Kevin L. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: PT Erlangga.
- M. Wadud. (2018). Bauran Pemasaran Jasa (3 Ps: People, Process & Physical Evidence) Bagi Kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 21-29.
- Marinda Puteri, E., & Djuwita, A. (2021). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI DI EASTWOOD STORE (Studi Kuantitatif Deskriptif Pengaruh E-WOM Tentang Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Kembali). *e-Proceeding of Management*.
- Narimawati, & Umi et al. (2020). *Metode Penelitian Dalam Implementasi Ragam Analisis (untuk penulisan skripsi, tesis dan disertasi)*. Yogyakarta: ANDI.
- Nugraha, B., Antoh, M., & Pramesti, H. (2020). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BATIK DI KAMPUNG BATIK LAWEYAN KOTA SURAKARTA. *Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Surakarta*.
- Nurfalah, F. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Chatime pada Mahasiswa Kota Bandung. *Disertasi Sarjana Pada Universitas Telkom Bandung*.
- Nurjanah, A. (2021). Pengaruh Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Produk Arrum Haji Guna Menarik Minat Beli Periode 2020/2021 PT Pegadaian (Persero) Cabang Nganjuk. *Disertasi Sarjana pada Universitas Telkom Bandung*.
- Pratama Agusta, R., & Kusuma Dewi, C. (2019). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus Pada Widjie Coffee). *e-Proceeding of Management*.

- Pratania Putri, A., Wongkar, A., Michael, & Rizky Balliansa, M. (2020). The Influence of Product Quality, Price, and Service Quality in Customer Loyalty at PT. Cybernetic Makmur Lestari. *Universitas Prima Indonesia*.
- Priyanto, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI.
- Putra, D., & Prasetyawati, Y. (2021). PENGARUH GREEN PRODUCT TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN MELALUI GREEN ADVERTISING (Studi Terhadap Konsumen Starbucks). *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Saputra, G., & Ardani. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7-9.
- Satiyono, D., & Bodroastuti, T. (2021). Pengaruh Faktor Individual, Faktor Sosial, dan Faktor Utama Dalam Pekerjaan Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Pada Staf Kantor PT. Sinar Pantja Djaja Semarang).
- Siregar S. (2016). *Statistiska Deskriptif untuk Penelitian*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Subekti, P., Hafiar, H., & Komariah, K. (2020). WORD OF MOUTH SEBAGAI UPAYA PROMOSI BATIK SUMEDANGOLEH PERAJIN BATIK (Studi Kasus pada Sanggar Batik Umimay). *Kementrian Perindustrian Republika Indonesia*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, M. (2019). PENGARUH KARAKTERISTIK INDIVIDU, MOTIVASI KERJA DAN DUKUNGAN ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI (STAF PNS) PADA DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENDAFTARAN SIPIL KABUPATEN GRESIK. *UMG Repository*.

- Sulisyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 7-13.
- Sunarsi, D. (2020). PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GIANT DEPT STORE CABANG BSD TANGERANG. *E-MABIS: JURNAL EKONOMI MANAJEMEN DAN BISNIS*.
- Susanti N., Halin, & Kurniawan M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Berlian Bersaudara Propertindo (Studi Kasus Perumahan Taman Arizona 1 Taman Arizona 2 dan Taman Arizona 3 di Talang Jambi Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 43-49.
- Tambunan, T. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. Bogor: IPB Press.
- Tanjung, A., & Hidayat, R. (2021). INFLUENCE OF WORD OF MOUTH LOCATION AND ROOM ATMOSPHERE TO DECISION (Case study on visitors of Maxx Box Coffee Lippo sitors of Maxx Box Coffee Lippo. *The Management Journal of BINANIAGA*.
- V. W., Sujarweni, & L. R., U. (2019). *The Master Book of SPSS*. Yogyakarta: Start Up.
- Wisnu Saputra, G., & Ketut Sri Ardani, I. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen*.
- Wowor, S., D. Massie, J., & Raintung, M. (2021). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SERUPUT COFFEE COMPANY TOMOHON DI MASA PANDEMI. *Universitas Sam Ratulangi Manado*.

Yusra, I., & Nanda, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'Poll Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*.