

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Nugroho, 2005. Strategi Jitu memilih Metode statistic Penelitian dengan SPSS, Andi Yogyakarta
- Alves, S., Abrantes, J. L., Antunes, M. J., Seabra, C., & Herstein, R. (2016). WOM antecedents in backpacker travelers. *Journal of Business Research*, 69(5), 1851–1856.
- Amalia, Hartini, S., & Syahril, M. (2017). Analisis Perilaku Konsumen terhadap Proses Keputusan Pembelian Ponsel (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pakuan Bogor). 1(1), 12.
- Andrian. A, Retno, B.L, dan Sri, M.E. 2018. Pengaruh Word of Mouth, Café Atmosphere dan Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Kedai Kopi 7 Palembang. *Jurnal STIE MDP*. 6 (2). Oktober 2018.
- Anggraeni, P. & Madiawati, P. N. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs www.Traveloka.com.e-Proceeding of Management. Vol. 13 No. 2 (ISSN: 2395-9357).
- Aprianto Ronal, Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian: Kompor Gas Rinnai pada Konsumen Kelurahan Cereme Taba Kota Lubuk Linggau. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, Vol 16, 2016
- Audrain-Pontevia, A.-F., N’Goala, G., & Poncin, I. (2013). A good deal online: The Impacts of acquisition and transaction value on E-satisfaction and Eloyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20, 445–452.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2020). Manajemen Pemasaran. BPFE: Yogyakarta
- Berman, Barry, Joel R. Evans, Patrali Chatterjee (2018) Retail Managment A Strategic Approach, Edisi 13, Global Edition, UK: Pearson.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Guinalú, M. (2008). The role of satisfaction and website usability in developing customer loyalty and positive word-of-mouth in the e-banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 26(6), 399–417. <https://doi.org/10.1108/02652320810902433>
- Chichilia, Selvany Lotulung, Joyce Lapijan, dan Silcyljeova Moniharapon. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan WOM (Word Of Mouth) Terhadap

Keputusan Pembelian Handphone Evercross Pada CV.Tristar Jaya
Globalindo Manado. Jurnal EMBA, Vol. 3. No. 03 (ISSN 2303-11)

Destian, S., & Djatmiko, T. (2017). Pengaruh perilaku konsumen (faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis) terhadap keputusan pembelian online pada situs modifikasi. com di Kota Bandung. EProceedings of Management, 4(3).

Dimiyati dan Mudjiono. 2016. Definisi Hasil Belajar. Bandung : Alfabeta.

Erianto Apriani Ravika. (2018). Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Harga dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada Furore Coffe. Surabaya.

Erianto, R. A., dan M. Mashariono. 2018. Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Furore Coffee. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM) 7(5).

Ferdani, Aditya Rizki., Wahap, Zakaria., Shihap, Muchsin Saggaff., & Widiyanti, Marlina (2020). Effect of Service Quality, Tariff Perception and Brand Image toward Customer Satisfaction. International Journal of Social Sciences, Vol. 3, No. 1, Hal 90-99

Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2018. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBMSPSS25", Edisi 9 Undip Semarang

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi 4*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2009.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi 5*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2011.

Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi4,

Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi5.

Guntur, Dr. Effendi M. 2010. Transformasi Manajemen Pemasaran+Membangun Citra Negara. Sagung Seto, Jakarta.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). Multivariate data analysis: A global perspective (Vol. 7): Upper Saddle River, NJ: Pearson.

- Harahap, D. A., Amanah, D., & Agustini, F. (2018). Effect of product completeness and price on consumer purchasing decision in smes market
- Hartono, Jogiyanto. 2014.” Metode Penelitian Bisnis”. Edisi Ke-6. Yogyakarta.Universitas Gadjah Mada.
- Hasan, Ali. (2010). Marketing Dari Mulut Ke Mulut. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hidayat, priscilia helena maria. (2015). *the Influence of Product Quality , Price , Store Athmosphere , and Promotion Effectiveness on Consumer Purchase Decision of Flinders Lane Espresso Manado*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 15(05), 87–98. <https://www.semanticscholar.org/>
- Hussain, Riaz & Ali, 2015. Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. International Journal of Marketing Studies. Vol. 7. No. 2 Hal 35-43.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada media online shop shopee di pekanbaru. Jurnal Valuta, 4(1).
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). Dasar-dasar Pemasaran.Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga. p125
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. Dan G. Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. Marketing Management, 15th Edition. Person Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Edisi ke tiga belas. Alih bahasa oleh Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, Gary Amstrong (2014) Principles of Marketing, Edisi 15, Global Edition, USA: Pearson. *Kualitatif, dan R & D*). Bandung: CV. Alfabeta.
- Lamb, Hair and Mcdaniel. 2011. Pemasaran, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Lerrthaitrakul, W., & Panjakajornsak, V. (2014). The Impact of Electronic Wordof-Mouth Factors on Consumers’ Buying Decision-Making Processes in the Low Cost Carriers: A Conceptual Framework.

International Journal of Trade, Economics and Finance, 5(2), 142–146.
<https://doi.org/10.7763/IJTEF.2014.V5.357>

Levy dan Weitz. 2014. Retailing Management. Mc. Graw Hill. Boston.

Machfoedz, Mahmud. 2010. Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta : Cakra Ilmu.

Mahendrayasa, A. C., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan pembelian (Survei pada Mahasiswa Pengguna Kartu Selular GSM “IM3” Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 1–7

Martín, S. san, Prodanova, J., & Torres, N. J. (2015). The impact of age in the generation of satisfaction and WOM in mobile shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 23, 1–8.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.11.001>

Nugraha, F. A. A., Suharyono, & Kusumawat, A. (2015). Pengaruh word of mouth terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi pada konsumen kober mie setan jalan simpang Soekarno-Hatta nomor 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(1), 1–7.

Prasetyo, Antoni, dan Aniek Wahyuati. (2016). Pengaruh Strategi Promosi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopiganes. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 05 ,No. 1

Pratiwi Rahmi Pratiwi. (2017). Pengaruh *Word of Mouth Communication* terhadap Keputusan Pembelian pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru. Vol. 7. No. 1.

Priansa, D. J. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung : Pustaka Setia.

Priyanto, D. 2011. Buku Saku SPSS. Cetakan Ke-1. MediaKom.Yogyakarta.

Priyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Zifatama Publishing. Hal 118.

Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y Pada Old Bens Cafe. 16, 133–144

Rachman Meriyana Dhamayanti dan Cahaya Yohanes Ferry. (2015). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone (Iphone). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, Vol 2, No 2.

- Rendy, Y.P.S dan Agus, H.D.S. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Portobello Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 8 (2). 2019
- Rukhiana, L. N. (2017). Pengaruh Produk dan Harga terhadap Word of Mouth melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(7).
- Sekaran, Uma. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran,U.(2017).*Research Methods for Business*.John Wiley & Sons,Inc.
- Sugiyono (2015). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, p. 6-116
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif*,
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Kedua)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor : In Media.
- Syafrudin, A. F., Arifin, R., & Mustapita, A. F. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Tata Letak Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Depo Bangunan Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(07).
- Tanjung Agustin. (2020). Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*. Vol. 05. No. 03.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2017. *Pemasaran Strategik*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI)
- Tyas, D. I., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Pada Green Mart Desa Arjowilangun Kab. Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(08).
- Wenda M., Hidayati S., dan Purwanti S. 2017. Aplikasi Pupuk Organik Cair dan Komposisi Media Tnaman terhadap Hasil Tanaman Selada (*Lactuca sativa L*). *Jurnal AGROTECH Science*. Surabaya. Fakultas Pertanian Universitas Merdeka Surabaya.