

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Assuari, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Press.
- Firmansyah, M. Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. England: Pearson education Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*, Person Education, Inc.
- Kotler, Philip Gary Amstrong. 2013. "Dasar-Dasar Pemasaran". Edisi 9 Jilid 1 dan 2. Jakarta, Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, & Keller. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Keller, 2012. *Marketing Management*, New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip, & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 edisi ke 13. Jakarta: Pearson Education.
- Kotler, Phillip, & Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Lopiyodi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat

- Mc. Graw Hill, Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing*. Jakarta.
- Mowen, J.C. 2009. *Consumer Behavior*. New York: Macmillan Publishing Company.
- Phill, Chris. 2013. *Marketing Communications, Brands, Experiences, and Participation* sixth edition. United Kingdom: Pearson.
- Puspitaningtyas, Zarah & Agung Widhi Kurniawan. 2016. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Sangadji & Sopiah. 2016. *Salesmanship (Penjualan)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sernovitz. 2014. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York: Kaplan Publishing.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suharman, dkk. 2016. *Metode Penelitian*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pemberdayaan Manusia Kesehatan.
- Sumardy, dkk. 2011. *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi kedua. Bandung. PT. Remaja Rusdakarya.
- Taan, Hapsawati. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Berbelanja*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta, Indonesia: Andy
- Tjiptono, F. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Andi Offset

Tjiptono, F. 2006. Pemasaran Jasa. Jakarta: Gramedia Cawang

Widyastuti, Sri. 2017. Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu Solusi Menembus Hati Pelanggan. Jakarta Selatan: FEB-UP Press

Skripsi:

Sholeh, Rahmat. 2018. “Proses Hierarchy of Effect dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Fasilitas “Bebas Ongkir” dalam Pembelian di Lazada Oleh Mahasiswa UIN Sunan Kali Jaga). Fakultas Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kali Jaga.

Jurnal:

Rusiadi. dkk. 2020. “Dampak COVID-19 Terhadap Stabilitas Ekonomi Dunia (Studi 14 Negara Berdampak Paling Parah)”. Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik Vol. 5 No.2. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/904/855>. (diakses pada 3 Mei 2021).

Rembon, Alva. dkk. 2017. “Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Kangzen Kenko Indonesia di Manado”. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/18675/18498> (diakses pada 4 Mei 2021).

Ramadayanti, Firda. 2019. “Pengaruh *Brand awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk”. JSMB Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol. 6. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/6690/4209#> (diakses pada 4 Mei 2021).

- Sunarto. 2018. “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S”. *Jurnal Moneter* Vol. V No. 1. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter/article/view/2985/2167> (diakses pada 4 Mei 2021).
- Pratiwi, Yuly Rahmi. 2017. “Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru”. *Jurnal Valuta* Vol. 4, No. 1 <https://media.neliti.com/media/publications/131784-ID-pengaruh-word-of-mouth-communication-ter.pdf> (diakses pada 10 Mei 2021)
- Joesyiana, Kiki. 2018. “Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)”. <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/download/2534/1444/> (diakses pada 10 Mei 2021).
- Tee, Jessica. Dkk. 2020. “Pengaruh Word of Mouth dan *Brand awareness* terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang di Indonesia”. *Prologia* Vol.4, No.1 <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6420/4962> (diakses pada 28 Mei 2021)
- Siswanto, Hadi dan Mohammad Maskan. 2020. “Pengaruh *Brand awareness* dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Pada Preksu di Kota Malang”. *Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol.6, No.1. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/435/pdf> (diakses pada 27 Mei 2021).
- Dewi, Ni Nyoman Kusuma A dan I Gde Ketut W. 2017. “*Pengaruh Internet Marketing, Brand awareness, dan WOM Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk SPA Bali Alus*”. *E-jurnal Manajemen Unud* Vol.6 No.10. <https://media.neliti.com/media/publications/243453-none-ee064136.pdf> (diakses pada 27 Mei 2021).

- Agustina, Ihdina. 2018. “Pengaruh *Brand Image* dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Semen PT. Sinar Gemilang Perdana Mandiri Medan”. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)* Vol.3 No.2 <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JRMB/article/view/889/765> (diakses pada 27 Mei 2021).
- Wibowo, Nadya Egileona. 2017.”Pengaruh *Brand awareness* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Yellow Truck Cabang Sunda Bandung Tahun 2017)”. *E-Proceeding of Applied Science* Vol.3, No.2. https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/135786/jurnal_eproc/pengaruh-brand-awraeness-terhadap-keputusan-pembelian-studi-kasus-yellow-truck-cabang-sunda-bandung.pdf (diakses pada 27 Mei 2021).
- Wijaya, Bambang Sukma. 2012.“The Development of Hierarchy of Effect Model in Advertising”. *International Research Journal of Business Studies* Vol.5, No.1. <http://repository.bakrie.ac.id/162/1/KOM-Artikel-009%20Hierarchy%20of%20effects%20model%20in%20advertising%20with%20cover.pdf> (diakses pada 24 Juli 2021)
- Hasbiyadi, dkk. 2017.”Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Villa Samata Sejahtera Pada PT. Sungai Saddang Sejahtera” No. XXII <https://ojs.stiem-bongaya.ac.id/index.php/JIB/article/view/144/93> (Diakses pada 27 Agustus 2021)
- Ilhamsyah dan Agus Mulyadi. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Serta Dampaknya pada Loyalitas Konsumen Indomare Bagus Kuning Plaju”. *Jurnal Wahana Ekonomika* Vol.15, No.4 <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/1989/1799> (Diakses pada 27 Agustus 2021)
- Sitorus,Christin V dan Agus M H. 2019. “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Iphone di Bandung Tahun 2019”. *E-Proceeding*

of applied Science Vol.5, No 2
https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/151372/jurnal_eproc/pengaruh-brand-image-dan-kualitas-produk-terhadap-minat-beli-iphone-di-bandung-tahun-2019.pdf (Diakses pada 27 Agustus 2021)

Berita:

<https://rumahsosiologi.com/tulisan/artikellepas/117-gaya-hidup-konsumtif-masyarakat-modern> (diakses pada 22 mei 2021)

<https://bisnis.tempo.co/read/1447422/sri-mulyani-ungkap-tantangan-ekonomi-usai-pandemi-reda> (diakses pada 4 mei 2021)

<https://food.detik.com/info-kuliner/d-5281948/negara-penghasil-kopi-terbesar-di-dunia-ada-indonesia> (diakses pada 4 mei 2021)

<https://www.kompas.tv/article/132936/industri-kopi-indonesia-dimana-penghasil-kopi-terbesar-di-indonesia> (diakses pada 4 mei 2021)

<https://www.kompas.com/food/komentar/2020/10/01/170700475/sejarah-masuknya-kopi-di-indonesia-belanda-bawa-benih-arabika-ke-jawa> (diakses pada 4 mei 2021)

<https://www.gatra.com/detail/news/371763-Budaya-Minum-Kopi-Masyarakat-Indonesia-Paling-Unik-di-Dunia> (diakses pada 4 Mei 2021)

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4119862/ini-tren-minum-kopi-bagi-kalangan-muda-indonesia> (diakses pada 4 Mei 2021)

<https://kumparan.com/millennial/mengapa-milenial-menggemari-kopi-1551802122420850483> (diakses pada 4 Mei 2021)

<https://www.beritasatu.com/ekonomi/601687/2020-kedai-kopi-diprediksi-tumbuh-15#:~:text=Jakarta%2C%20Beritasatu.com%20%2D%20Kopi,10%20persen%20hingga%2015%20persen.&text=Dari%20jumlah%20itu%2C%20>

[mayoritas%20di,Surabaya%2C%20Medan%2C%20hingga%20Bandung.](#)
(diakses pada 4 Mei 2021)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton> (diakses pada 4 Mei 2021)

<https://www.gatra.com/detail/news/371763-Budaya-Minum-Kopi-Masyarakat-Indonesia-Paling-Unik-di-Dunia#:~:text=Selain%20Kopi%20Joss%2C%20budaya%20minum,sepagi%20itu%2C%22%20kata%20Triawan.>
(diakses pada 4 mei 2021)

<http://www.bukittinggikota.go.id/profil/about> (diakses pada 4 Mei 2021)

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4497577/6-fakta-menarik-tentang-bukittinggi-kota-kolonial-yang-diciptakan-belanda> (diakes pada 4 Mei 2021)

<https://rri.co.id/bukittinggi/gaya-hidup/776794/beginilah-gaya-hidup-kawula-muda-bukittinggi-di-cafe-kopi> (diakses pada 25 Juli 2021)