

DAFTAR REFERENSI

- Afiana, L., Damarsiwi, E. P. M., & Yustanti, N. V. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Bro And Sis Café Kota Bengkulu. *ekombis review : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 423–431. e-ISSN : 2716-4411. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1750>
- Arianthi, D. E. K., & Sampurna, D. S (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Shopee) *Jurnal STEI*, 1–23.
- Apriastuti, N. M. D., Anggraini, N. P. N & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Belanja Online Shopee di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 2(1), 51–70. e-ISSN 2774-3020
- Agustini, N. P. E., & Suasana, I. Gst.A.Kt (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Starbucks Di Bali. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*. Pengaruh Brand Awareness dan Electronic Word of Mouth (eWOM). 52-79.
- Andrian et al., (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Ayesha et al., (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: Get Press.
- Bhirawa, R., & Maskan, M. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kopi nako cabang depok. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 221–224. e-ISSN : 2407-5523
- Banjarnahor, A. R., et al., (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan kita menulis
- DJ, Y. R., & Rosyad, S. (2022). Store atmosphere, e-WOM, Quality of Service as a Determinant of Purchase Decisions at Coffe Buyers. *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan ...*, 09(02). e-ISSN:2355-7435. <http://jurnal.untagsby.ac.id/index.php/jmm17/article/view/7156%0A>
- Effendi, S., Faruqi, F., Mustika, M., & Salim, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word of Mouth dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 17(02), 22-31. e-ISSN:2527-8320. www.databoks.katadata.co.id
- Efrita Fitriyanti, Dwita Prisdinawati, & Mira Yanuarti. (2022). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi “Gula Pahit” Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Agrifoodtech*, 1(1), 61–71. e-ISSN: 2963-7414. <https://doi.org/10.56444/agrifoodtech.v1i1.93>
- Ferdinand, (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I., Latan, H., (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang
- Ginting, V. S. B., Irianto, H., & Utami, B. W. (2017). Pengaruh Gaya Hidup , Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Ngopi Serius di Surakarta. *Jurnal Agrista*, 5(1), 145–154. ISSN : 2302-1713
- Gunawan. D., (2021). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang: Inovasi Pratama Internasional.
- Hair, J. F., et al., (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications, Inc.
- Prayoga, I Mulyandi, M.P (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada core coffe. *Jurnal Synrax Transformation* , 136–140. e-ISSN 2721-2769.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Khaerunnisya, N., & Endang Sri Rejeki, M. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Coffee pada Masa Pandemi (Studi Kasus di Starbucks Coffeee XXI Empire Yogyakarta). *Journalof Food and Culinary*, 5(1), 21–31.e-ISSN : 2302-1713. <https://doi.org/10.12928/jfc.v5i1.5424>
- Kurniati, E. D., (2022) Buku Diktat *Metodologi Penelitian Bisnis*. Klaten: Lakeisha
- Kurniawan, F. A., Effendi, S., (2020). Pengaruh Brand Awareness, Iklan Media Sosial dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Customer Bintang Motor Jaya Buaran). *Jurnal Manajemen*. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1585>
- Martanto, B (2014). *Cerita Gila Pengusaha Muda Indonesia*. Jakarta: Gramedia
- Musyaffi, A.M., Khairunnisa, H., & Respati. D.K., (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model- Partial Least Square (sem-PLS) menggunakan smartPLS*. Tangerang: Pascal Books.
- Muhammad, D., Harisudin, M., & Sundari, M. T. (2022). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kemasan Siap Minum Merek Good Day di Kota Surakarta. *Jurnal Agrista*, 108–116.
- Muslim, P., & Februadi, A. C. (2022). Memprediksi Efek Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Image, Trust dan Behavioural Intention Pada Pelanggan Kedai Kopi Rumah Sekara. *Prosiding Industrial Research ...*, 13–14. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs3.1.2/proceeding/article/view/4359%0A>
- Muslizar, D., & Saraswati, T. G. (2022). Effect of Marketing Mix and Electronic Word of Mouth (E-Wom) on Purchase Decisions on Olenka Coffee and Dining in Banda Aceh. *Budapest International Research and ...*, 23713–23722. e-ISSN:2615-3076.

<https://www.bircujournal.com/index.php/birci/article/view/6384>

- N.Artho, L., Wuisan, J., & Najoan, J. A. (2015). Penyembuhan Luka Insisi Pada Kelinci. *Jurnal E-Biomedik (EBM)*, 3(3), 743–748.
- Putri, Y. H., Karina, B., Sembiring, F., & Absah, Y. (2020). Effect of Brand Identity and Lifestyle on Purchasing Decisions With Experiential Buying As Moderating in Baby Boomers in Medan City Restaurants. 2016, 589–600. e-ISSN: 2808-4713.
- Purwandari, S., et al., (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Pratiwi, B. F. N., Dwijayanti, R Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus konsumen Kedai kopi ruang temu kabupaten tulungagung. 1501-1511. ISSN: 2337- 6078
- Sekaran-Bougie. (2013). *Research methods for business : a skill-building approach – 7th ed.* West Sussex, UK : John Wiley & Sons Ltd.
- Swastha, Basu, I. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, fan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Santoso., S. (2018). *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan Amos 24*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Setijani, E., Sugito, P., & Sumartono (2019). *Manajemen bisnis*. Malang: Media Nusa Creative.
- Sudarso et al., (2020). *Manajemen Merek*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Syahrir et al.,(2020) *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumber daya Pesisir dan Lautan*. Bogor: IPB Press
- Toni, N., Anggara, L. (2021). *Analisis Partial Least Square Studi pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Wacono, T. D., Lukitaningsih, A., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM), Kelompok Teman Sebaya (Peer Group) dan Gaya Hidup Hedonis pada Keputusan Pembelian Konsumen Filosofi Kopi Jogja. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1), 45–57. e-ISSN : 2615-7918. <https://doi.org/10.54066/jbe.v6i1.95>
- Wiastuti, R.D., & Kimberlee, S. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan, Pembelian di Simetris Coffe Roaster Puri, Jakarta. *Jurnal Pariwisata*, 78-85 ISSN: 2355-6587
- Widyastuti, S. (2017). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu. *In Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing* (Vol. 3, Issue 2).

- Wintang, F. P., & Pasharibu, Y., (2021). *Electronic Word of Mouth, Promosi melalui media instagram dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*, 115–124. e-ISSN 1979-7095
- Wirdamulia, A., (2019). *Strategi Pengelolaan Merek*. Bogor: IPB Press.
- Wardhana et al., (2022). *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Wisnawa et al., (2022). *Brand dan E-Marketing Pariwisata*. Sleman: Deepublish
- Wijaya, L. & Rizka, L. A., (2021) Studi Brand Positioning Toko Kopi Kekinian di Indonesia, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 78-85. ISSN 2503-4413
- Yana, H. F., & P. Hutasuhut, I. (2019). Pengaruh Servicescape terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty (Studi pada Konsumen Warung Nako Bogor Tahun 2019). *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 16(2), 65. <https://doi.org/10.36451/j.isip.v16i2.26>
- Yulianti et al., (2019). *Buku Manajemen Pemasaran*. Sleman: Deepublish
- Zahroh, A., & Dwijayanti, R., (2020). Pengaruh brand image dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Kopi Janji Jiwa di Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 868-874.e-ISSN 2337-6078.