

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Alma,Buchari. (2003). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Asdiqoh,S. (2020). *Implementasi Pendidikan Karakter Pada Siswa Madrasah AliyahNegeri 1 Boyolali*. Salatiga : Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
- Astuti,E.S, Pusparini,I. (2019). *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Speaking Performance Mahasiswa Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris. Jurnal Filsafat,Sains,Teknologi,dan Sosial Budaya*. Vol 25 No 2.
- Arikunto,S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Aritonang,R.L. (2007). *Teori dan Praktik Riset Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Callen,B. (2010). *Manager's Guide To Marketing, Advertising, and Publicity*. USA : The McGraw – Hill Companies.
- Danim,S. (2003). *Riset Keperawatan Sejarah dan Metodologi*. Jakarta : EGC.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : CV Budi Utama
- Febriani, S.N., Dewi,W.A. (2018) *Teori dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang : UB Press.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta : Unniversitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta : Badan Penerbit Unniversitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Unniversitas Diponegoro.
- Harinaldi. (2005). *Prinsip – Prinsip Statistik Untuk Teknik dan Sains*. Jakarta : Erlangga.
- Hurlock, E. B. (2009). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta : Erlangga.
- Iskandar, R.(2019). *Pedoman Penilaian Hasil Belajar Peserta Didik SMK Kompetensi Keahlian Teknik Kendaraan Ringan Pada Mata Pelajaran Pemeliharaan Sasis dan Pemindah Tenaga Kendaraan Ringan*. Sukabumi : CV Jejak.

- Juliansyah, Noor. (2011). *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta : Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Latief, Rusman. (2018). *Word Of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya : Media Sahabat Cendekia
- Mulyana. (2005). *Komunikasi Pemasaran : pemasaran sebagai gejala komunikasi, komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta : Kobis.
- Nugroho, J. (2008). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Nuraini. (2011). *Intensitas Belajar Siswa*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Nurbaiti, R.S, Bambang, N.A. (2017). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat Program CSR. Vol 14 No 1
- Nurdin, Ismail. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya : Media Sahabat Cendekia
- Nurjan, S., Tjahjono, H.K., & Yamin, M.N. (2016). *Trends In The Adolescent Delinquency Behavior at the Institute Of Islamic Education Ponorogo District. Journal Of Government and Politics*.
- Panuju, Redi. (2019). *Komunikasi Pemasaran : pemasaran sebagai gejala komunikasi, komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Jakarta : Prenamedia Group.
- Philip, Kotler (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks.
- Purwati, Kunaefi. (2020). *Pemetaan Potensi Anak Didik Berbasis Multiple Intelligences dalam Pendidikan Islam*. Sidoarjo : Zifatama Jawa.
- Putu & Gusti. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. Sleman : CV Budi Utama
- Prasetyo. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

- Prasetyo,B. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu : Pendekatan Tradisional hingga Era Media Baru*. Malang : UB Press.
- Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi : di sertai Praktik Riset Media,Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Rangkuti. (2010). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisi Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. (2010). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta
- Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel – Variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Rampai, Bunga. (2020). *Pengukuran Potensi Dan Kompetensi Sales Manager Menggunakan Metode Assesment Center Di PT Panggung Jaya Indah Surabaya*. Surabaya : CV Jakad Media Publishing
- Riyanto&Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Rukajat, Ajat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : CV Budi Utama
- Sabar. (2007). *Pengantar Metodologi Penelitian*. FKIP : Universitas Muria Kudus.
- Saadah, Lailatus. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*.Jombang : LPPM
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistik*. Surabaya : Airlangga Unniversity Press.
- Santrock,J. (2003). *Adolescence (Perkembangan Remaja)*. Jakarta : Erlangga.
- Santrock,J. (2011). *Perkembangan Anak*. Edisi 7Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Sernovitz,Andy. (2009). *Word Of Mouth Marketing : How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York : Kaplan Publishing .
- Sernovitz,A. (2012). *Word Of Mouth Marketing: How Smarts Companies People Talking*. Chicago : Kaplan Publishing.
- Setiadi,Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media .
- Sinambela.(2008). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta : Bumi Aksara .
- Sudirjo, Encep. (2018). *Pertumbuhan dan Perkembangan Motorik*. Sumedang : UPI Sumedang Press.

- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono.(2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono & Susanto,A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisler*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung : Alfabeta..
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sumardy. (2011). *The Power Of Word Of Mouth Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sumarwan,U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sumarwan,U.,Tjiptono,F. (2018). *Strategi Pemasaran dan Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor : IPB Press.
- Suprpto, Tommy. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta : MedPress..
- Suryani. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Suci R Mar. (2021). *Dasar Dasar Komunikasi*. Jakarta : Bhuana Ilmu Populer
- Tasnim,Dkk. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Thahir,A.(2018). *Pengantar Dalam Memahami Psikologi Belajar*.
- Tjiptono,Fandy. (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor : PT Penerbit IPB Press.
- Triapnita, N. Nana. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Yunus, Ahmad dan Susilaningsih. (2018). *Panduan Pendirian Usaha Kedai Kopi*. Jakarta : Badan Ekonomi Kreatif

Zulfikar. (2016). Pegantar Pasar Modal Dengan Pendekatan Statistika. Yogyakarta : CV Budi Utama

Sumber Jurnal :

Antonetti, P, Maklan,S. (2016). *Social Identification and Corporate Irresponsibility* . Vol 27 No 3.

Aprilia,F.,Dkk. (2015). Jurnal Administrasi Bisnis. *Pengaru Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung*, 24 (1), 3-6.

Astuti,E.S, Pusparini,I. (2019). *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Speaking Performance Mahasiswa Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris*. Jurnal Filsafat,Sains,Teknologi,dan Sosial Budaya, 25 (2), 35-45.

Binggeli,C. (2012). *Interior Design Illustrated*, 4 (1), 18-36.

Febrietta,D. (2016). *Relasi Persahabatan*. Jurnal Psikologi 16 (2), 152-158.

Frisnawati,A.(2012). Jurnal Psikologi. *Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show Dengan Kecendrungan Perilaku Prosocial Pada Remaja*, 1 (1), 35-45.

Haristianti,V. (2021). Jurnal Arsitektur. *Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Coffe Shop Melalui Penilaian Kinerja Elemen Interior (Studi kasus Kafe dan Coffe Shop di Kawasan L.R.E Martadinata Bandung)*. 4 (2), 14-15.

Hariono,L. (2018). *Apakah E-WOM (Electronic Word Of Mouth) Bisa Mengalahkan Word of Mouth dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner*. 12 (1)

Ishak,P.R, Maharani,N.(2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Coffe Toffe Post Shop Bogor*. 3 (1) 17-34

Joesyiana,K. (2018). Jurnal Schoulid. *Pengaruh Word Of Mouth Terehadap Keputusan Pembelian Konsumen Pda Media Online Shop Shoppe Di Pekan Baru*, 4 (1), 25-45

Khoirul,M. & Yudana,G. (2019). *Faktor Utama Pemilihan Lokasi Kafe di Kota Surakarta*, 1 (2) 108-120.

Mahdiasukma,P. (2017). *Pengaruh Word of Mouth Marketing Terhadap eputusan Pembelian (Survei pada konsumen Coffe Toffe cabang kota Malang)*

Masdakaty. (2015). *Mengenai Macam – macam Proses Pengolahan Kopi*.

Nuraini. (2011). *Intensitas Belajar Siswa*.

Pramelani. (2020). Jurnal Ilmiah Manajemen. *Faktor Ketertarikan Minuman Kopi Kekinian Terhadap Minat Beli Konsumen Kalangan Muda*.

- Prayoga,I.,& Rachman,M.M. (2020). *Pengaruh Elektronik Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffe*, 1 (15) , 2721 – 2769.
- Putri, F.A. (2019). *Jurnal Schoulid. Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya.*, 3 (2), 35-40
- Putri,F.C.,Dkk. (2016). *Jurnal Administrasi Bisnis. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Legipait Coffe Shop Malang)*, 34 (1), 86-94.
- Putri,R.Y. Tampubolon,M. (2016). *Strategi Promosi Coffe Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Crematology)* 3 (2)
- Putri. (2016). *Pengaruh Pendidikan, Pengalaman Kerja, dan Jenis Kelamin Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi CV. Karunia Abadi Wonosobo*. Skripsi Fakultas Ekonomi Unniversitas Negri Yogyakarta.
- Rozalia, M. F. (2017). *Hubungan Intensitas Pemanfaatan Gadget Dengan Prestasi Belajar Siswa Kelas V Sekolah Dasar. Jurnal Pemikiran dan Pengembangan SD*, 5 (2), 722-731.
- Ruhadi dan Herlina. (2013). *Dampak Keberadaan Kopi Bagi IPK Mahasiswa diKota Banda Aceh*, 14 (2), 70-95.
- Santika, G.P. (2015). *Hubungan Indeks Massa Tubuh dan Umur Terhadap Daya Tahan Umum (Krdiovaskuler) Mahasiswa Putra Semester II Kelas A Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan IKIP PGRI Bali Tahun 2014*. 1, 42 – 47.
- Santoso,N.A. (2017). *Jurnal Unnair. Fungsi Coffe Shop Bagi Perempuan Penikmat Kopi (Studi deskriptif di Coffe Shop Homme Surabaya)*, 6 (1), 19-20.
- Sari,P.N. (2012). *Jurnal Ilmiah Universitas Surabaya. Hubungan Antara Body Image dan Self – Esteem Pada Dewasa Awal Tuna Daksa*,1 (1), 60-75.
- Siregar,M.F. (2018). *Jurnal Administrasi Bisnis. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Caffe Shelter 1 Coffe Jalan Jamin Ginting Medan)*, 1 (2), 45-75.
- Smith, K.J. (2014). *An Assesment Of The Pshycometric Properties Of The Perceived Stress Scale With Business And Accounting Students*, 13 (1), 36-45.
- Suryani,D.C, Kristiyani,N.D. (2021). *Jurnal Public Relation. Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffe Shop di Kota Salatiga*. 1 (2), 180.
- Yahya,M. (2009). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Barista Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Espresso Bar Solo*.

Yuniar,G.S., Nurwidawati, D. (2013). *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Dengan Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Pada Siswa – Siswi Kelas VIII SMP Negeri 26 Surabaya*. Chara cter,02, pp. 78 – 84

Situs Web :

Gobiz,2020. *Tips Berbisnis : Strategi Pemasaran Word Of Mouth untuk Meningkatkan Penjualan*. (Online). <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/strategi-pemasaran-word-of-mouth/> (Di Akses 28 April 2021)

Basoni,S., 2020. *Budaya Ngopi di Kafe Ternyata Sudah Ada di Dunia Sejak Berabad Lalu*. (Online).<https://food.detik.com/info-kuliner/d-5042521/budaya-ngopi-di-kafe-ternyata-sudah-ada-di-dunia-sejak-berabad-lalu> (Di Akses 28 April 2021)

Rizky,P.A. 2018. *Sejak Kapan Ngopi Jadi Budaya*. (Online). <https://www.alinea.id/infografis/sejak-kapan-ngopi-jadi-budaya-b1U4s9d3d> (Di Akses 28 April 2021)

Idris,M. 2021. *Generasi Z dan Milenial Dominasi Jumlah Penduduk Indonesia*. (Online). <https://money.kompas.com/read/2021/01/22/145001126/generasi-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-indonesia?page=all> (Di Akses 28 April 2021)

Toffin. 2020. *Riset Coffe Shop di Indonesia*. (Online). <https://toffin.id/riset-toffin/> (Di Akses 28 April 2021)

Kurniawan,D. 2019. *Kedai Kopi di Indonesia Hampir Mencapai 3.000 Gerai*. (Online). <https://voi.id/berita/925/kedai-kopi-di-indonesia-hampir-mencapai-3-000-gerai>. (Di Akses 28 April 2021)

Hens,H. 2018. *Maraknya Kedai Kopi di Indonesia, Bakal Bertahan Lama atau Sekedar Tren*. (Online).<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3727952/maraknya-kedai-kopi-di-indonesia-bakal-bertahan-lama-atau-sekadar-tren>. (Di Akses 28 April 2021)