

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2015). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Baru Di Serambi Botani. *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 6(2), 129–138.
- Azizah, M. (2016). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: Service Three Media Computer Yogyakarta). *Widya Wiwaha Yogyakarta*, 154115377, 1–95.
- Dewi, A. A. C., & Samuel, H. (2015). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Pelanggan Sushi Tei Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3(1), 1–9.
- Dewi, C. (2015). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PADA PELANGGAN SUSHI TEI SURABAYA. *Manajemen Pemasaran PETRA*, 3(1), 1–9.
- Effendy, M. L., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Kopi Cak Kebo. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(2), 107. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i2.24805>
- Febriana, B., & Setyanto, Y. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Broker dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prologia*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6138>
- Firdaus, M. R., & Wiwitan, T. (2019). Strategi Komunikasi Word of Mouth Sebagai promosi dari Word Of Mouth Communication Strategy As A Promotion Of Kineruku (Case Study About The Strategy Of Word Of Mouth As A Promotion Of Kineruku) Kineruku merupakan perpustakaan alternatif dan toko buku. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 430–439.
- Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

- Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang.
Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE), 5(1), 19–28.
<https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Jatmika, D., & Andarwati, M. (2019). Pengaruh Variabel Marketing Mix Terhadap Penerimaan Siswa Baru Mts. Di Jombang. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 3(1), 1702–1707.
- Mahdiasukma, P. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Brawijaya Malang, August*, 1–6.
- Mendra, Wayan, I. (2016). *PENGARUH PERSONALSELLING, PENGEMBANGAN PRODUK DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI PT. ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME) DENPASAR*. 76–85.
- Nurfauzi, R., & Rochim, M. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Wanoja Coffee terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Ilmu Komunikasi*, 394–396.
- Pati, N., Kalangie, J., & Walangitan, O. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Ayla Pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(001), 269318.
- Pramudyawati, D. (2021). WORD OF MOUTH SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Eprints.Ums.Ac.Id*.
- Pratiwi, Y. R. (2017). PENGARUH WORD OF MOUTH COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BOARDGAME LOUNGE SMART CAFE PEKANBARU, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru, JOM FISIP Volume 4 No. 1 _ Februari 2017. *Pengaruh Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru*, 4(1), 1–15.
- Priambodo, G., & Subyanto, M. (2017). Peran Komunikasi Word of Mouth Tradisional Dan Elektronik Word of Mouth Terhadap Merek. *Jurnal Komunikologi*, 14(1), 8–17.
- Putri, Y. A. (2020). Peran Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan

- Konsumen Di Sandang Mas Indonesia. *Network Media*, 3(2), 77–81.
<https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.851>
- Raharjo, P. (2018). Efektivitas Penertiban Pedagang Kaki Lima (PKL) di Pasar Kebayoran Lama Kota Administrasi Jakarta Selatan. *Public Administration*, 2(2), 192–211.
- Rahma, I. H. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran D’Sastro Coffee. *Jurnalkommas.Com*, 5(3), 248–253.
- Rosyidah, T. F. (2022). Pengaruh digital marketing, word of mouth dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk merek Erigo di Surabaya. *Erepository.Uwks.Ac.Id*, 8.5.2017.
- Saleh, Z. (2021). PROGRAM KEGIATAN ISLAMI MAJELIS ANAK. *Repository.Iainpare.Ac.Id*.
- Setiawan, O. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Relationship Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT Asaba Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship*, 1(1), 64–77.
- Setyo Rahayu, D. W. (2019). Efektifitas Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Produk Kosmetik Di Kota Blitar. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(1), 29–40. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i1.754>
- Sianipar, C. I. (2019). PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PRODUK, HARGA, SALURAN DISTRIBUSI, PROMOSI) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH PADA PT. YASA KARYA INDONESIA MEDAN. *Creative Agung*, 9(2).
- Siregar, F. S., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Utara, U. S. (2017). Peranan Word Of Mouth Communication Dalam Membentuk Preferensi Konsumen Di Kedai Boogie Jl. Sei Belutu No. 74, Medan. *Repository.Usu.Ac.Id*, 74.
- Syamsudin, Ginanjar, M., H., & Yasyakur, M. (2018). EVALUASI MUTU PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM (PAI) DI SMP PEMBANGUNAN SATU (PESAT) KOTA BOGOR. *Prosiding Al Hidayah Pendidikan Agama Islam*, 167–178.
- Tampubolon, M., Putri, Y. R., & Atnan, N. (2016). Strategi Promosi Coffee Shop

- melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @crematology). *E-Proceeding of Management*, 3(2), 2421–2432.
- Toruan, R. R. M. L. (2018). Proses Implementasi Word of Mouth Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 155–166.
- Wahdaniah, I., & Sari, A. (2021). Pembeli adalah Raja: Strategi Komunikasi Pemasaran Konvensional Warung Spesial Sambal Menghadapi Persaingan Pasar Modern. *Journal of Servite*, 2(1), 37. <https://doi.org/10.37535/102002120204>
- Wicaksono, A. P. (2021). Membangun Citra Positif Perusahaan Melalui Pengungkapan Lingkungan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 12(1), 27–45. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2021.12.1.02>
- Windy Talitha Iswari. (2020). Pengaruh Strategi Marketing Communication Terhadap Brand Image Pt Tokopedia. *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 9(2), 24–34. <https://doi.org/10.35457/translitera.v9i2.978>
- Z.A, N. N. F. (2018). Kualitas Hidup Lansia (Studi Kasus Di Pondok Lansia Al-Ishlah Blimbing Malang). *Skripsi*.
- Zhoraida, I. (2021). PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPEE DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Eprints.Upnyk.Ac.Id*, 468–474.