



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cooper, Donald R. & Schindler, Pamela S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 12, Jilid 1. Terjemahan oleh Rahma Wijayanti dan Gina Gania. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Kotler, Philip. & Amstrong, Gary. (2017). *Principles of Marketing*. 17th Edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip. & Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. England: Pearson Education Limited.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Latief, Rusman. (2019). *Word of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Rosyidah, Masayu. & Fijra, Rafiq. (2021). *Metode Penelitian*. Sleman: Deepublish.
- Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, Husein. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal

- Anggraini, C. & Melinda, T. (2018). *The Effects of Word of Mouth and Sales Promotion on Purchasing Decision for Dreamland Decoration*. Journal of Entrepreneur and Entrepreneurship, Vol. 7, no. 1, 19 – 26.
- Babin Barry. (2015). *Modelling Consumer Satisfaction and Word of Mouth: Restaurant Patronage in Korea*, The Journal of Service Marketing. Vol. 19 No. 3, 133 – 139.
- Budiman, A. & Erdiansyah, R. (2022). *Pengaruh Word of Mouth dan Sales Promotion terhadap Keputusan Pembelian (Survei terhadap Produk CV. Anugrah Kencana Makmur)*. Jurnal Prologia Vol. 6 No. 1.
- Cahyani, W. & Sulistyowati, Raya. (2021). *Pengaruh Sales Promotion dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Melalui Aplikasi TIX ID (Studi pada Pengguna Aplikasi TIX ID di Surabaya)*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). Vol. 9 No. 1.



Maisam, S. & Mahsi, R. (2016). *Positive Word of Mouth marketing: Explaining the roles of value congruity and brand love*. Journal of Competitiveness, 19 – 20.

Mehraei, D. & Mohammadi, S. (2016). *Word of Mouth impact on the adoption of mobile banking in Iran*. Telematics and Informatics, 1351 – 1363.

Standberg, C, Styvén, ME & Hultman, M. (2020). *Places in good graces: The role of emotional connections to a place on word – of – mouth*. Journal of Business Research, 119. pp. 444 – 452.

Thirion, S. (2018). *Word – of – mouth dynamics with information seeking: Information is not (only) epidemics*. Elsevier volume 492, 418 – 430.

Vigna, J. P., Mainardes, E. W. (2019). *Sales promotion and the purchasing behavior of food consumers*. Revista Brasileira de Marketing, 18(3), 101-126.

Website

Muhammad Idris. 2021, *Apa itu Startup dan Contohnya?*. Kompas, diakses 22 November 2021, <https://money.kompas.com/read/2021/05/15/102503926/apa-itu-startup-dan-contohnya?page=all>

Kementrian Pertanian, 2018, *Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton*, Data Books, diakses 1 November 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>

Aziz, M. A, 2019, *Mengapa Millennial Menggemari Kopi*, Kumparan, diakses 1 November 2021, <https://kumparan.com/millennial/mengapa-milenial-menggemari-kopi-1551802122420850483>

About Kopi Kenangan, 2021, PT Bumi Berkah Boga, diakses 21 November 2021, <https://kopikenangan.com/about>

Rahma Athika, 2020, *Industri Berkonsep Grab – and – Go Lebih Cepat Pulih dari Dampak Pandemi Covid – 19 ini Alasannya*, diakses 21 November 2021, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4430996/industri-berkonsep-grab-and-go-lebih-cepat-pulih-dari-dampak-pandemi-covid-19-ini-alasannya>

1. Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie).
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 tanpa izin IBIKKG.