

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, D. 2015. “Pengaruh *Word of Mouth* Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PD. Suzuki Talaga.” *MAKSI* 2(1).
- Adi, N. R. M., Ramadhan, M. R. I., Aristawati, T., & Pratama, S. A. 2022. “Pengaruh *Word of Mouth* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di ShopeeFood.” *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual* 7(2):420. doi: <http://dx.doi.org/10.28926/briliant.v7i2.1001>.
- Alir, D. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: PT Rajawali Prees.
- Am Mustakim, S. 2019. “Analisis Pengaruh *Word Of Mouth*, *Brand Awareness* dan *Region of Origin* terhadap Keputusan Pembelian di Warung esohan Bebek Goreng Asli Gunung Kidul.” *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)* 5(1):20–29.
- Azany, F., & Mudiantono, M. 2014. “Analisis Pengaruh Desain Produk, Motivasi Konsumen dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio.” Universitas Diponegoro.
- Babin, Barry. “*Modelling Consumer Satisfaction and Word of Mouth: Restaurant Patronage in Korea.*” *The Journal Of Service Marketing* 19(3):133–39.
- Berman, B., & Evan, J. 2014. “*Retail Manageinent*” *Dialih Bahasakan Oleh Lina Salim, 12 Th.* Jakarta: Pearson.
- Chandra, M., Sampe, F., & Tahendrika, A. 2022. “Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada Labuana Resto & Cafe Makassar.” *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (JESIT)* 3(2):229–46.
- Dewi, M. P. 2021. “Pengaruh *Store Atmosphere*, *Social Media Promotion*, *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di *Habbit Eatery Coffee* Malang.” *Jurnal Manajemen dan Profesional* 2(2):26–36. doi: <https://doi.org/10.32815/jpro.v2i2.846>.
- Fahri, F. 2023. “Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada *Leton Coffee* Kelurahan Kampung Baru.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba* 2(3):561–71.
- Ghozali, I., & Latan, H. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 (2nd Ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (09 Ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Hendarti, Y., & Prasetyaningrum, N. E. 2022. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere* dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada *Hello Barbershop* di Karanganyar).” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 6(1):388–96.
- Joesyiana, K. 2018. “Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru.” *Jurnal Valuta* 4(1):71–85.
- Jogiyanto. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Katarika, D. M., & Syahputra, S. 2017. “Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Di Bandung.” *Jurnal Khatulistiwa Informatika* 1(2):162–71.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Keller. 2016. *Marketing Management 15e Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Lamb, Hair and Mcdaniel. *Pemasaran, Edisi Pertama, Dialih Bahasakan Oleh Bob Sabran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Latief, R. 2019. *Word of Mouth Communication: Penjualan Produk*. Media Sahabat Cendekia.
- Levy, M., & Weitz, B. 2014. *Retailing Management*. Richard D Irwin Inc.
- Machfoedz, M. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Erlangga.
- Maghfiroh, K. 2019. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi.” *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 2(2):33–44. doi: <https://doi.org/10.24176/bmaj.v2i2.4075>.
- Maharani, D. A. M. R., Hartati, P. S., & Yoga, G. A. D. M. 2023. “Pengaruh Perilaku Konsumen, Keragaman Produk, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian.” *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata* 3(3):586–97.
- Mahiri, E. A. 2020. “Pengaruh *Brand Image* dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 11(3):227–38.
- Nugraha, B. S. P., & Masithoh, D. 2023. “*Partial Least Squares-Structural Equation Modeling*, Kebiasaan Baru Masa Pandemi Covid 19 Dan Perubahan Perilaku Konsumen terhadap Penguatan Karakter *Sociopreneur*.” *Jurnal Economina* 2(6):1233–46. doi: <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.593>.

- Priansa, M. C. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Putri, L. H., Kumadji, S., & Kusumawati, A. 2014. “Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 15(2).
- Putri, A. H. 2022. “Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kecamatan Koto Gasib.” Universitas Islam Riau.
- Rafliansyah, M., Yulianti, F., & Mardah, S. 2023. “Pengaruh *Word Of Mouth* (Wom) dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Makanan pada Wisata Kuliner Di Banjarmasin.” *Proceeding: Islamic University of Kalimantan*.
- Rifani, R. A., Aryanti, S., & Syamsuriani, S. 2023. “Pengaruh Pengaruh *Word of Mouth* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Livestream Tiktok Shop).” *Amsir Management Journal* 3(2):100–114.
- Sari, Hutami Permita. 2014. “Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Xiaomi di DIY).” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* 5(3):222–37.
- Sari, E. N. 2021. “Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Kong Djie Café Pekanbaru.” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 1(2):73–80.
- Sarstedt, M., Hair Jr, J. F., Nitzl, C., Ringle, C. M., & Howard, M. C. 2020. “*Beyond a Tandem Analysis of SEM and PROCESS: Use of PLS-SEM for Mediation Analyses!*” *International Journal of Market Research* 62(3):288–99.
- Sernovitz, A. 2012. *Word Of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Summaries.Com (Internet delivered Business BookSummaries).
- Sisman, A., & Muskita, S. M. W. 2021. “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Online Shop Thy Thy) Di Kota Sorong.” *Jurnal BAdati* 3(1):42–53.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujana, A. S. T. 2012. *Manajemen Minimarket. Raih Asa Sukses*. Jakarta: Swadaya Group.
- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. 2020. “Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Experiential*

Marketing terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati.” Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan 8(2):65–78.

Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wijaya, Andreas. 2019. *Metode Penelitian Menggunakan Smart PLS 3.0. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Innosain.

Zulkarnain, M., & Abdul, L. 2021. “Kualitas Produk, *Servicescape* dan *Word of Mouth* Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang.” *Business Innovation and Entrepreneurship Journal 3(1):38–44.*