

DAFTAR PUSTAKA

Adrian, dkk. 2018. Pengaruh Word Of Mouth , Cafe Atmosphere Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kedai Kopi 7 Palembang. Jurusan Menejemen STIE Multi Data Palembang.

Akbar,Usman. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : Bumi Aksara.

Alfin, M. R., & Nurdin, S.(2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ecodemica 1(2)*, 249-258.

Angger, Panuntun Setyo dan Nurafni, Rubiyanti. 2015. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Jigoku Ramen Bandung. Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom. *e-proceedng of Management: Vol.2, No.1 April 2015 hal 764-769*

Ariani, Dorothea Wahyu, 2003. *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Ghalia Indonesia: Jakarta.

Babin, Barry J; L,Yong-Kie; Kim,Eun-Fu; dan Griffin, Mitch (2005) “*Modeling Consumer Satisfication And Word Of Mouth Communication: Restorant Petronage Korea*” *Journal of Servive Marketing*Vol.19 pp 133-139.

Berman, Bary. Evan,Joels R. (2010). *Retail Management (11 th ed)*. New Jersey: Prentice Hall.

C. Mowen, John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga.

Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta.

Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran, ed. 3*, Yogyakarta.

Faradiba; dan Astuti Sri R.T. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Studi Pada Warung Makan Bebek Gendut Semarang. *Diponegoro Journal Of Management Vol.2 No.3 Hal: 1-11*.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi 5)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Harfaniah, Fedika. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Studi Kasus Pada Restoran Ayam Geprek Sa'i Yogyakarta. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNY. *Jurnal Fakultas Ekonomi Tahun 2018*.

Harjanto, J.O. 2009. *Inovasi Produk dan Ekspektasi Inovasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.

Husnaini Usman dan Purnomo Setiady. *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006).

Kotler, Philip and Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 12*. Jakarta.

Kotler, Philip. Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta Erlangga.

Kotler, Philip and Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 13*. Jakarta.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.

Levy, Michael; Weitz, Barton A. (2012). *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw-Hill Higher Education.

Nasution, M. N. Drs. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu (edisi 2)*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Nilawati, Wardha. 2019. Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Pembelian Ulang Studi Pada Konsumen Kopi ABC Di Desa Pancoran Bondowoso. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia) Vol.9 No.1 Juni 2019 Hal.74-78*.

Prabowo, Septi Aji. 2018. Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mirota Kampus Godean. Fakultas Ekonomi Univeritas Sarjanawiyata Taman Siswa. *Jurnal Ekobis Dewantara Vol.1 No.7 Hal 115-126*.

Radiosunu (1987), "*Manajemen Pemasaran; Suatu Pendekatan Analisis*", *Edisi Kedua*, Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Sernovitz, Andi. (2009). *Word of Mouth Marketing*. New York: Kaplan.

Singarimbun, Masri. 1995. *Metode Penelitian Survei*. LP3S, Jakarta.

Sugiyono, 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif,kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suryani, Tatik 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Andi. Yogyakarta.

West B.B, Wood L, Harger V.P.,2006, *Food Service In Institutions*. John Willey and sons Inc., New York.