

Daftar Pustaka

- Agustin, D. R., Budiwati, H., & Irwanto, J. (2019). Pengaruh Gaya Hidup , Kualitas Produk dan Variasi terhadap Keputusan Pembelian Keputusan Pembelian Produk Peneng (Studi Kasus pada Konsumen CV MILI ARTA Lumajanga). *Journal of Organization and Business Management*, 1, 17–21.
- Alma, & Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Best, R. J. (2013). *Market- Based Management*, 6th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Bisnis.com. (2020). *Omzet Menurun Hingga 50 Persen, Janji Jiwa Dongkrak Penjualan Online*. 2020. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200515/52/1240958/omzet-menurun-hingga-50-persen-janji-jiwa-dongkrak-penjualan-online>
- Bixbux. (2019). *Sejarah Kopi Janji Jiwa*. 2019. <https://bixbux.com/kopi-janji-jiwa/>
- Dahmiri, Hasbullah, H., & Sefrita sari, S. (2020). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 15–22. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9235>
- Databoks. (2021). *Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)*. 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton#>
- Dwinito, R. (2020). Strategi pemasaran kopi janji jiwa terhadap keputusan pembelian di gerai pondok ungu permai bekasi 1. *Repository.Stei.Ac.Id/Id/Eprint/1639*, 1–17.
- Ghozali, & Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Edisi 5*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, & Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh viral marketing terhadap kepercayaan konsumen serta dampaknya terhadap keputusan pembelian. *Jurna Administrasi Bisnis*, 60(1), 163–171.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E., F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Hasibuan, M. S., & Hasibuan, H. M. S. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Hootsuite dan We Are Social. (2021). *Pengguna aktif Internet di Indonesia*. 2021. <https://wearesocial.com/digital-2021>
- Husein, & Umar. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.

Jakarta : Raja Grafindo Persada.

- Husein Umar. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi-2. Cetakan ke-13. Jakarta : Rajawali Pers.*
- Islamy, F. J. (2016). Pengaruh Komitmen Afektif, Komitmen Normatif Dan Komitmen Berkelanjutan Terhadap Turnover Intention Pada Dosen Tetap Stie Inaba Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(2), 164–181.
- Ivan Sindunata, B. A. W. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 128–138.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *The Buying Decision Process. Marketing Management 15th Edition (p. 195). England: Pearson Education.*
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.*
- Kotler, Philip, & Gary, A. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.*
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101–115. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>
- Malau, & Herman. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasarab Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Alfabeta.*
- Malhotra, & K, N. (2010). *Marketing Research 6th Edition. United State Of America : Pretice HALL, Inc.*
- Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*, 2(1), 143.
- Peter, J. P., & Olson., J. C. (2013). *Perilaku dan Strategi Pemasaran. Edisi 9 buku 1. Jakarta Selatan: Salemba Empat.*
- Putri, N. A., & Lestari, D. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda di Jakarta. *AKURASI: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 31–42. <https://doi.org/10.36407/akurasi.v1i1.61>
- Rohman, A. (2021). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM)*

DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA DI ERA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Komunitas Minion Banyumas Raya (Minibra) Di Kabupaten Banyumas) SKRIPSI. 19.

- Sangadji, Mamang, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sari, V. E. (2019). Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *EJournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 474–487.
- Sarinah, & Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Savitri, C., & Khalida, L. R. (2019). *Pengaruh e-Wom pada Bisnis Online*. 5(1). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v5i1.970>
- Schiffman, & Kanuk, L. G. L. L. (2010). *Consumer Behavior*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, Uma, & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610*.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *strategi pemasaran edisi 4*.
- Wahyuni, R., Irfani, H., & Syahrina, I. A. (2019). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.
- Wijaya, T., & Paramita, E. L. (2014). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. *Seminar Nasional Dan Call for Paper*, 978-602-70429-1-9, 12–19. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/4729%0Ahttp://repository.uksw.edu/handle/123456789/5668>
- Wowor, C. A., Lumanuw, B., Ogi, I. W. J., Merek, P. C., Dan, H., Hidup, G., Keputusan, T., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2021). *PEMBELIAN KOPI JANJI JIWA DI KOTA MANADO THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE , PRICE AND LIFESTYLE ON BUYING DECISION OF Jurnal EMBA Vol . 9 No . 3 Juli 2021 , Hal . 1058 - 1068*. 9(3), 1058–1068.
- Zhang, T. (Christina), Abound Omran, B., & Cobanoglu, C. (2017). Generation Y's

positive and negative eWOM: use of social media and mobile technology. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(2), 732–761. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0611>

ZonaDuit. (2021a). *Daftar Menu Kopi Janji Jiwa*. 2021. <https://www.zonaduit.com/2020/11/daftar-menu-kopi-janji-jiwa.html>

ZonaDuit. (2021b). *Kedai Kopi Janji Jiwa*. 2021. <https://www.zonaduit.com/2020/05/franchise-kopi-janji-jiwa.html>

