

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. (2015). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Adiwaluyo, Eko. (2019). Strategi bisnis fore coffee. Diakses pada februari, 10, 2019, dari marketeers: <https://marketeers.com>
- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Anonymous. (2019). Perkembangan coffee shop di Indonesia. Diakses pada februari 9,2019, dari indonesiancraft: <https://indonesiancraft.co.id>
- Anonymous. (2019). Fore coffee. Diakses pada februari, 12, 2019, dari east.vc: <https://east.vc>
- Arhando, Pramdia. (2019). Fore coffee sajian 10.000cup kopi setiap hari. Diakses pada februari, 15, 2019, dari lifepal: <https://lifepal.co.id>
- Batu, Reminta dkk. (2019). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Online Purchase Decision* Pada *Platform* Belanja *Online* Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.18, No. 2, 144-152.
- Diansyah, & Nurmalasari, A. I. (2017). Pengaruh Pemasaran Internet dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta Diansyah1., *Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*.
- Echdar Saban, (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Fitria, E. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus J-Co Suzuya Mall Rantauprapat). *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*.
- Fure, F., Lopian, D., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.CO Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.3, No. 1, 367-377
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, P. & G, Armstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 16 Global Edition. Pearson.

- Mahalaxmi, K. R., & P. Ranjith. (2016). A Study on Impact of *Digital Marketing* in Customer Purchase Decision in Trichy. *International Journal for Innovative Research in Science & Technology*.
- Malau, Herman. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Masdakaty, Yulin. (2019). *Fore coffee next generation coffee shop*. Diakses pada maret, 11, 2019, dari majalah ottencoffee: <https://majalah.ottencoffee.co.id>
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Muljono, Ryan K. (2018) *Digital Marketing Concept*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nugroho, A. S. (2017). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Trans Tekno.
- Pangestu, S. D., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Administrasi Bisnis*.
- Ratela, G., & Taroreh, R. (2016). Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopi Coffee Island. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Reswari, Dewi Maharani. (2019). Model bisnis dari offline ke online. Diakses pada februari, 16, 2019, dari jurnal id: <https://www.jurnal.id>
- Pratomo, Yudha. (2019). Jumlah pengguna internet di Indonesia. Diakses pada februari 7, 2019, dari kompas.com: <https://tekno.kompas.com>
- Rumondor, P., Tumbel, A., & Ogi, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Setyaningrum, Ari dkk. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandar, Clara, A. (2019). Fore coffee kedai kopi ramah teknologi. Diakses pada februari 14, 2019, dari wartaekonomi: <https://www.wartaekonomi.co.id>

- Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IND MEDIA.
- Supriyadi, Fristin, Y., & Indra, G. K. . (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*.
- Syarifuddin, A., Handayani, T., & Pusporini. (2019). Factor that Affect Purchase of The Smartphone. *Journal of Economics, Busines, and Government Challenges*.
- Timotius, Kris,. H. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia, Diana. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra (2017). *Manajemen Strategik*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi.
- Winosa. (2019). Pendanaan fore coffee. Diakses pada februari 13, 2019, dari wartaekonomi: <https://www.wartaekonomi.co.id>