

DAFTAR PUSTAKA

- Arafah, R. N. (2023). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Angkringan Cahsaiki Bekasi*. 11(3), 361–367.
- Arianda, A. A. (2024). *Pengaruh Harga , Lokasi , Suasana Toko (Store Atmosphere) terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Koffiekopi Kota Jambi)*. 2(3).
- Awaliyah, F., & Wibowo, T. S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi & Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Senewen Surabaya. *Journal Of Sustainability Bussiness Research (Jsbr)*, 2(1), 616-623.
- Anggaina, M., & Anas, H. (2025). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Suga Coffee & Kitchen. *Ijesm Indonesian Journal Of Economics And Strategic Management*, 3(1).
- Arianda, A. A., Rafidah, R., & Orinaldi, M. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Konsumen Koffiekopi Kota Jambi. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(3), 81-97.
- Chandra, M., Sampe, F., & Tahendrika, A. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Labuana Resto & Cafe Makassar*. 3(2), 229–246.
- 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.
- Erianto, R. A. (n.d.). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE , KUALITAS PRODUK , HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Harga, P., Atmosphere, S., Kualitas, D. A. N., Terhadap, P., Pembelian, K., & Coffee, K. (2023). *ISSN 2540-959X*. 07(02), 21–31.
- Hidayat, A., Tika, E., & Hartuti, K. (2024). *Pengaruh Store Atmosphere Dan*

- Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kohwa Coffee House*. 2(11), 196–206.
- Hukum, F., Pahlawan, U., & Tambusai, T. (2021). *INNOVATIVE : Volume 1 Nomor 2 Tahun 2021 Research & Learning in Primary Education Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Kong Djie Café Pekanbaru*. 1, 73–80.
- Mahardika, I. G. N. A. H. (2025). Pengaruh Social Media Marketing, Word Of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Papermint Coffee (Doctoral Dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Nako, K. (2023). *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*. 1(3), 823–841.
- Opa, S. A., & Astuti, M. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Word Of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nwansa Coffee. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 134-146.
- Pasaribu, H. M. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Promotion Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bupala Coffe Shop Medan (Doctoral Dissertation, Universitas Mikroskil).
- Putri, P. K. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Starbucks Rawamangun Jakarta) (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Putro Romadhon, A. Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Cafe Kolong Jember).
- Priambodo, E. S., & Widajanto, M. B. (2023). Pengaruh Harga, Store Atmosphere, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Saat Kopi Di Surabaya. *Management & Accounting Research Journal Global*, 7(2), 21- 31.

Septiani, C., Batam, U. P., & Batam, U. P. (n.d.). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE , VARIAN PRODUK DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN*. 80–88.

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.

Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen.