

DAFTAR PUSTAKA

- Astriawan, A., & Wulansari, N. (2024). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Kemakola Cafe Kabupaten Padang Pariaman*. *Fillgap in Management and Tourism*, 2(1), 86–92.
- Barry, B., & Evans, J. R. (2012). *Retail Management, A Strategic Approach*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Budiono, A., & Siregar, O. M. (2023). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Minum Kopi Medan Johor*. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 376–386.
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97)*. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>
- Daulay, R., & Putri, R. E. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan*. *Prosiding Konferensi Nasional Ke-8*, 16.
- Dewi, M. P., & Penulis, N. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Promotion, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Habbit Eatery Coffee Malang*. 2(2).
- Dewi, V. A., Widuri, T., & Ayuanti, R. N. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Janji Jiwa Nganjuk*. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(6), 680–690.
- Fatmawaty, A., & Halim, A. (2024). *The Influence Of Digital Marketing, Price, Consumer Perception, Store Atmosphere And Word Of Mouth On Purchasing Decisions At Cafe Halona Coffee Rantauprapat*. *Pengaruh Digital Marketing, Harga, Persepsi Konsumen, Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Halona Coffee Rantauprapat*. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 2). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Fitri, F. B. (2024). *Pengaruh Co-Branding, Store Atmosphere Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Communion Coffee Brewer*. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 12(2).
- Fuadi, N., Khairawati, S., Sasono, H., Stei, M. S., & Yogyakarta, H. (2019). *Pengaruh Store Layout, Kualitas Pelayanan dan Motivasi Rasional terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. In *Jurnal Ekonomi Islam* (Vol. 19, Issue 2). Desember.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Harlina, L., Srikandi, P., & Kusumawati, K. A. (2014). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang)*. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol (Vol. 15, Issue 2).
- Indranopa, R., & Hermanto, A. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Distro-Distro di Mataram)*. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), 195–216. <https://doi.org/10.30812/target.v2i2.967>
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2014). *Metode Penelitian Bisnis : Konsep & Aplikasi*. Medan: UMSU PRESS.
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2), 26–33.
- Khansa, R., Dimas, R., Made, N., Pratiwi, I., & Mulyati, D. J. (2024). *Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kopi Kenangan Surabaya*. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Khoirul Farikhan, M., Soliha, E., & Stikubank Semarang, U. (2024). *The Influence Of Digital Marketing, Word Of Mouth, And Store Atmosphere On Purchase Decisions Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian*. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 12, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw Hill Higher Education
- Listiono, F. I. S. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening di Libreria Eatery Surabaya*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1–9.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa, edisi kedua, salemba empat*. Jakarta.
- Maulida, N., & Maya, S. (2020). *Apakah Harga dan Brand Image Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian?*
- Nawawi, I., & Solihin, D. (2024). *Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Ranch Market Kembangan Jakarta Barat*. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 369–378. <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- Novitasari, D. A., & AC, A. M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel*

- Intervening pada Nilna Mukena Ngunut Tulungagung. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 962. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1044>
- Opa, S. A., & Astuti, M. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing, Word of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nwansa Coffee. Jurnal: IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(2). <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2>
- Pradiptarini, C. (2011). *Social Media Marketing: Measuring Its Effectiveness and Identifying the Target Market. In Journal of Undergraduate Research XIV.*
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer.*
- Qurniawati, R. S. (2018). *Theoritical review: Pemasaran media sosial. Among Makarti*, 11(1).
- Ramadhan, M. W., Zaeni, N., & Hidayat, A. I. (2023). *Pengaruh Atmosfer Toko Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Empat-Empat Coffee Di Kota Makassar. Jurnal Malomo: Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 225–234.
- Redaksi. (2021, September 26). *Coffee shop menjamur di Padang, baru 27 yang kantong sertifikat CHSE. Padangkita.com.* <https://padangkita.com/coffee-shop-menjamur-di-padang-baru-27-yang-kantongi-sertifikat-chse>
- Riyani, H. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Malindo Corner di Kebumen.*
- Santoso, Amanda Putri, Imam Baihaqi, & Satria F. Persada. (2017). *Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. Diss. Sepuluh Nopember Institute of Technology.*
- 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.
- Sayekti, I. M. S. (2023, December 19). *Trend industri kopi masa depan: Keberlanjutan bisnis hingga keberlanjutan lingkungan.* Pressrelease.id. <https://pressrelease.kontan.co.id/news/trend-industri-kopi-masa-depan-keberlanjutan-bisnis-hingga-keberlanjutan-lingkungan>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).* Bandung: Alfabeta.
- Supradono, B., & Hanum, A. N. (2011). *Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Dengan Pelanggan Pada Layanan E-Commerce. In Value Added (Vol. 7, Issue 2).* <http://jurnal.unimus.ac.id>
- Susan, G. (2011). *30-Minute Social Media Marketing. United States: McGrawHill Companies.*
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (Cetakan 1).*

- Wahyu Ramadhan, M., Ircham Hidayat, A., Manajemen, P., & Teknologi dan Bisnis Nobel, I. (n.d.). *Pengaruh atmosfer Toko Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Empat-Empat Coffee Di Kota Makassar*.
- Weinberg, T. (2009). *The new community rules: Marketing on the social web*.
- Yuana, D., & Wahyuati, A. (2018). *Pengaruh Harga, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(12).