

DAFTAR PUSTAKA

- Adhinda, E. G., Arief, M. Y., & Soeliha, S. (2022). Harga Dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Dalam Menentukan Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Coffee Shop Titik Kumpul Capore Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(3), 508. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i3.1986>
- Adolph, R. (2022). *ANALISA PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CATURRA ESPRESSO*. 1–23.
- Afriyulaniza, A. (2019). *PENGARUH PENGALAMAN PRAKTIK MAGANG INDUSTRI TERHADAP KESIAPAN KERJA MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN BENGKULU*.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). *Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian*. *Jurnal Pilar*No Title.
- Apriyadi, A., Muslihat, A., & Siregar, S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Limasan. *Forum Ekonomi*, 23(3), 421–430. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Arta Naibaho, U., Akbar, H., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Strategic Marketing Management). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 1079–1089. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1346>
- Berman, Evans, & Chatterjee. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition*. Edisi 13. New Jersey: Pearson.
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoko, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- 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.
- Ernanda, D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(10), 2–16.

<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/338>

- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. adan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Goetsch, D.L. & Davis, S. (2010). *Quality Management For Organizational Excellence: Introduction to Total Quality*. NJ: Printice Hall International.
- Herlyana, E. (2022). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *ThaqÃfiyyÃT*, 13(1), 188–204.
- Indro, E. (2022). Model Pemberdayaan Kreativitas Mahasiswa :Varian Produk Kopi Untuk Bisnis Modern Sebagai Daya Tarik Obyek Pariwisata Lokal. *Binawajya*, 16(7), 7083–7094.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Ang, S. H. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson.
- Kotler & Amstrong. (2012). *Marketing Management, Edition 14, England: Pearson Education*.
- Kotler, & Keller, &. (2016). Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Mangement. In Pearson Edition Limited*.
- Luthfianto, D., & Suprihhadi, H. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(1), 14–25. ejurnal.gunadarma.ac.id
- Novianingtyas, G. E., & Bagana, B. D. (2022). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pembagian Dividen Pada Perusahaan Perbankan Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2020. Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(7), .
- Nugraha, P. Y., Windradini, D., Khristianto, W., Studi, P., Administrasi, I., & Jember, U. (2024). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PELAYANAN Pendahuluan Kajian Teori Store Atmosphere (SA) Kualitas Pelayanan (KP) Keputusan Pembelian (KPem)*. 13(4), 1061–1070.
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & B. H. (2022). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement)*. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>.
- Octaviani, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Toffe Jatim Expo Surabaya. *Journal of Menegement and Bussines*.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019).

- Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Rio Sasongko, S. (2021). *FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*.
- Risanti, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Warung Kopi Mas Bro Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(4). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/1439/1455>
- Riyani, H. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Malindo Corner di Kebumen*. 1–11.
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148–158. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1613>
- Septinar, H., Daulay, R. W., & Putri, M. K. (2018). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi kualitas pengelolaan Lingkungan terhadap kondisi di Bantaran Hilir Sungai Musi Kecamatan Gandus Kota Palembang*. *JURNAL SWARNABHUMI: Jurnal Geografi dan Pembelajaran Geografi*, 3(1), 43-48.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisni, K. E., Martini, I. A. O., & Niartini, N. K. W. (2024). Pengaruh Store Atmosphere Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 13(2), 128–140. <https://doi.org/10.29303/jmm.v13i2.816>
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability (14th ed.)*. Pearson Education.
- Widoyoko, E. P. (2016). *Teknik teknik penyusunan instrumen penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yuana, D., & Wahyuati, A. (2018). *Pengaruh Harga, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(12).
- Yuana, D. (2018). *Pengaruh Harga, Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(12),

1–22.

Yuliani, N. K. D., Mitariani, N. W. E., & Atmaja, N. P. C. D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Dewa Ayu Shop Klungkung. *Jurnal EMAS*, 2(1), 150–161.