

DAFTAR PUSTAKA

- Adiska Falconeiri Yulanda, V. (2022). *ANALISIS STORE ATMOSPHERE NATE BY WV CAFE DI PONTIANAK*. 4(1), 33–46.
- Asiva Noor Rachmayani. (2020). *STORE ATMOSPHERE PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TEXAS CHICKEN MULTIMART II MANADO*. 1(3), 6.
- Bastian, R., Omah, D. I., & Mas, K. (2021). *PENGARUH HARGA, LOKASI DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI OMAH KOPI 3 MAS SURABAYA*.
- Charters, W.W. Jr. & N.L Gage (Eds). *Reading in the Social Psychology of Education*. Allyn and Bacon, Inc., Boston, 19637
- Cochran, W.G. *Sampling Techniques*. Modern Asia Edition, To kyo, 1961.
- Dahlia, E., & Pratama, E. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Putra TS Di Majalengka. *Journal of Manajement Research Innovation*, 2(2), 41–46.
- Djollong, A. F. (2014). Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantitative Research). *Istiqra* ', 2(1), 86–100.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, H. I. (2018). *Metodologi Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Herlyana, E. (2020). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqâfiyyât*, 13(1), 188–204.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Katarika, D. M. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung*. 1(2), 162–171.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Ang, S. H. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong (2016), *Principle of Marketing*, Edisi: 16, United States of America: Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong (2018), *Principle of Marketing*, Edisi: 17, United States of America: Pearson Education. Tjiptono, Fandy (2019), *Strategi Pemasaran*, Edisi: 1, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Kristianto, Y., & Malang, P. K. (2016). *Tingkat Kepuasan dan Harapan Konsumenterhadap Mutu Produkdan Mutu Pelayanan*. October 2013.
- Mahadika, N., Wulansari, N., & Susanti, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Di Foursides Coffee Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(1), 17-26.

- Muhlisin, D., & Ekasari, N. (2020). Model Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Konsumen Pada Gerai J. Co Donuts & Coffee Dikota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 9(2), 64-77.
- Nanda, D., & Talumantak, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Savio Coffee and Eatery. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(3), 14–34.
- Nasution, R. H., & Safina, W. D. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere , Product Quality Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bel Medan Johor*. 2, 165–177.
- Pratiwi, N. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Zama Homewear Malang). *Jubis*, 2(2), 18–27.
- Produk, P. K., Lokasi, H. D. A. N., Wibowo, M. F. R., & Hs, R. (2021). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI PADA COFFE SHOP KOMUNAL*. 9(2), 119–136.
- Rully Arifiansyah, Melina Aulia, A. R. (2020). *Pengaruh kualitas produk, atmosfer dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di the cafe hotel mulia senayan*. 15(2).
- S Fitrianti, M. R. (2022). *Pengaruh Brand Image Kualitas Produk Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Chocolate Changer (Studi pada Cabang Gerai Cikutra Bandung)*.
- Prof.Dr.Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Suharsirni. (2017). Penelitian Tindakan Kelas. In *PT Bumi Aksara*
- Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman

Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 510-521.