

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Aji, N. R. S., & Nobelson, N. (2024). Pengaruh Konten Sosmed, Customer Experience Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Suasana Kopi. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(2), 38-50. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/3333/2491>
- April Setiawan, Ita Purnama, & Muhajirin. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Social Media Marketing dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Padateras Kopi Kota Bima. *Journal Transformation of Mandalika*, 5(9), 472-488. Retrieved from <https://www.ojs.cahayamandalika.com/index.php/jtm/article/view/3496>
- Baskoro, D. A., & Mahmudah, F. (2021). Pengaruh Harga dan Suasana Café terhadap Keputusan Pembelian. *GARUDA (Global Research on Tourism Development and Advancement)*, 3(2), 136-162. <https://doi.org/10.21632/garuda>
- Bustam, & Listiani. (2024). Pengaruh Atmosfer Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Coconam Food di Tolitoli. *Economy Deposit Journal (E-DJ)*, 6(1), 514–519. <https://www.jurnal.uit.ac.id/EDJ/article/view/1439>
- Chyntia, P., & Rahmadanita, S. (2021). Pengaruh Konten Instagram Story Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan Zodiak (Studi Kasus Pengikut Instagram@Amrasing). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 178-185. <https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.988>
- Daniella, V. R. B., Hakimah, E. N., & Ratnanto, S. (2023). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Wage Tulungagung. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 2, 1492–1501. Retrieved from <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3366>
- Dewi, K., & Hermana, H. C. (2023). Pengaruh Promosi Sosial Media dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Shan Juice Karawang Tahun 2022. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(4), 264-274. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7678640>
- Djoko Prasetyo Meinarto. (2023). Pengaruh Suasana Toko, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Busana Di Klojen Malang). *Transparan*, 15(2), 1–6. <https://doi.org/10.53567/jtsyb.v16i1.44>
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 6(4), 360-369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>

- Jonni, R. R., & Hariyanti, P. (2021). Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Space Coffee Roastery Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(2). <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss2.art5>
- Kurniawati, L., & Silitonga, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko dan Media Sosial Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Fore Coffee Cibubur Junction. *Panorama Nusantara*, 16(1), 53-62.
- Maulana, I., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Fix La Luna Kota Bima. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 21(3). <https://doi.org/10.33061/jeku.v21i3.6899>
- Mimi, S. A. (2015). Pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Ranch Market. *Jurnal Ekonomi*, 20(01), 89–102. <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v16i2.713>
- Novetania, R., & Lestari, B. (2022). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Alcedo Kafe Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2), 223-228. <https://doi.org/10.33795/jab.v8i2.451>
- Prasetyo, A., Rina, R., & Arora, C. (2024). PENGARUH CELEBRITY ENDOSER DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASYARAKAT KOTA BATAM. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 10(3), 279-294. <http://dx.doi.org/10.30998/jabe.v10i3.20561>
- Pratama, M. D., & Aprilia, N. (2024). Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Bebelac di Raja Susu Jurang Mangu. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), 981–989. Retrieved from <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/40423>
- Putra, K. P., Krisdianto, D., & Chanafi, A. (2024). Pengaruh Lokasi, Suasana Toko, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Di Kafe Proteloon Kopi). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 13(1), 206-215. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/24660/18546>
- Putri Valencia, & Canggih Gumanky Farunik. (2024). Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Café Lampion Teluknaga). *NIKAMABI*, 3(1). <https://doi.org/10.31253/ni.v3i1.2949>
- Rahman, A., Muhajirin, M., & Dwiriansyah, M. S. (2024). Pengaruh Store Atmosphere dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Mahatir Store. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 2(3), 40-45. <https://doi.org/10.69693/ijmst.v2i3.235>
- Sabila, U. L., Basalamah, M. R., & Normaladewi, A. (2024). Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Tomoro Coffee Cabang Dinoyo. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 1699-1709. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/24564>

- Sabil, S., Hidayat, M., & Asri, A. (2022). Analisis Pengaruh Media sosial Dan Inovasi Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lifestyle Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Shopee Di Kota Makassar. *Nobel Management Review*, 3(4), 658–673. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i4.3456>
- Saraswati, Ni Made Indah., Hilmiati., Rusminah. (2023). Pengaruh Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Ruby Kota Mataram. *JMM UNRAM*, 12(3), 262-274. <https://pdfs.semanticscholar.org/e77a/bd0b18d5abb580406b194e6fb9821ffd4e98.pdf>
- Sriyani, S., Safitri, U. R., & Lisdiana, N. (2022). PENGARUH LOKASI, SUASANA CAFE, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN: Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Damandiri Selo Boyolali 2022. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2), 156–163. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v10i2.829>
- TrisaktiM., & ArnuA. (2023). Pengaruh Suasana Kafe dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian : Ajudan Kopi Karawang. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 950- 963. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i3.4303>
- Wibowo, M. F. R., & Rusminah, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian coffe shop komunal. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 9(2), 119-136. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i2.155>
- Zaky Farhan Riadi, Z. (2023). *Pengaruh Konten Instagram@ Preppstudio Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada followers akun instagram@ preppstudio)* (Doctoral dissertation, Fisip Universitas Muhammadiyah Jakarta).

Buku

- Berman, Barry., Evans, Joel R., dan Chatteje, Patrali. (2018). *Retail Management, A Strategic Approach, Thirteen Edition, Global Edition. United Kingdom: Pearson Education Limited.*
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS.25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 2*, Andi Offset. Yogyakarta.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy an Integrated Approach to Online Marketing*. London: Kogan Page Limited.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Harlow: *Pearson Education Limited.*

- Kotler & Armstrong. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Terjemahan: Bob Sabran. Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta : Erlangga
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan. Sosioteknologi*. Bandung:Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Alfabeta.
- Sunaryo, D. & Nurhayani. (2019). *Strategi Pemasaran*. Qiara Media. Pasuruan.
- Utami, & Whidya. (2018). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.

