

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Ansari, S., Ansari, G., Ghorri, M. U., & Kazi, A. G. (2019). *Impact of brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision*. *Journal of Public Value and Administrative Insight*, 2(2), 5-10.
- Apriliani, V. D., Waloejo, H. D., & Hadi, S. P. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 180-187.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aspirin, Jatmiko. (2020). *Pengaruh Customer Experince Relationship Management dan Customer Experince Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kayu Pada Perum Perhutani KBM Penjualan Kayu Wilayah Madiun Di Kota Kediri*.
- 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.
- Fadly, M., Bulan, T. P. L., & Amilia, S. (2023). *Pengaruh Customer Satisfaction Dan Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Garnier Men Di Kota Langsa*. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(1), 221-230.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang. Badang Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2012. *Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Hendriyadi, R., Harjadi, D., & Gunawan, W. H. (2023). *Pengaruh Viral Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Razwa Café Nagarakembang:(Studi Kasus Di Razwa Café Nagarakembang Majalengka)*. DIGIBE: Digital Business and Entrepreneurship Journal, 1(1), 32-40.
- Kalbuadi, A., & Kembang, L. P. (2023). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Seluruh Coffee Shop Di Kota Mataram)*. Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime), 1(2), 326-342.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition
- Pasaribu, V. L. D. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan*. Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi, 19(2), 156-167.
- Rokima, F., Basalamah, M. R., & Arsyianto, M. T. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Varian Chatime Di Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Malang)*. E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 12(02).
- Sagala, N. C. R. I., Purbawati, D., & Listyorini, S. (2023). *Pengaruh E-Service Quality dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Layanan GoFood Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 12(1), 266-275.
- Sari, M., & Kapuy, H. R. (2022). *Pengaruh Interior Display dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Butterfly*. Ekomen, 21(1), 36-46.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta

- Tanjung, A. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen Pelita Bangsa, 5(03), 1-18.
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu-Dabu Lemong Resto dan Coffee Kawasan Megamas di Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 10(3), 388-399.
- Winasis, C. L. R., Widiанти, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 3(4), 399-410.