

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., dan Jogiyanto, H. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed.1. Yogyakarta: ANDI
- Amir, N. H., Rasmikayati, E., & Saefudin, B. R. (2017). Analisis Usahatani Kopi di Kelompok Tani Hutan Giri Senang Desa Giri Mekar Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 4(3), 472–479.
- An'nisa, V. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Little Wings Di Bandung Tahun 2016 “The Role of Store Atmosphere for the Customer Purchasing Decision Little Wings Cafe in Bandung 2016.” *Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom*, 2(2), 475–500.
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management A Strategic Approach 13th edition*. Pearson.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo. 2024. *Konsumsi Kopi PerKapita Pertahun*. Sidoarjo: BPS Kabupaten Sidoarjo.
- Budi Prabowo, F. (2017). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Giant Supermarket Express Dinoyo Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.
- Dessyana, C. J. (2013). *Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart II Manado*. *Jurnal EMBA*, 1(3), 844–852.
- Efrina, M., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Lisung The Dago Boutique & Resto Bandung. *E-Proceeding of Management, Vol. 3*(No. 1), 557–562.
- Fatmawati, I., Astuti, F. D., & Iswanti, L. (2021). The Influence of Store Atmosphere, Shopping Lifestyle, and Time Availability on Emotional Response and Impulse Buying. *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)*, 76(ICoSIAMS), 346–354
- Ferdinand. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Fitko, A., Hendra, N., & Yunita, M. (2023). Pengaruh Suasana Kafe , Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Upcoffe Manado. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 1171-1177.
- Gariswasita, A. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Five Points Coffee and Chocolate Semarang). *Ekonomi*

*Manajemen dan Bisnis.*

- Ghozali. 2006. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square. Edisi 2.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ghozali, I. dan Latan, H. 2012. *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2014. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS).* Semarang: Universitas Diponegoro Semarang
- Hikmania, E., & Nova, A. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Store Atmosphere, Promosi, Word Of Mouth dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 226-239.
- Hussain, R., & Ali, M. (2015). *Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. International Journal of Marketing Studies*, 7(2). <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n2p35>
- Intan, D. R., Guming, R. N. S., Ginting, L. N. (2021) Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Pertanian Agros*, 23(1), 84-89
- Katarika, D. M., & Syahputra, S. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 162–171. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/1566>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (S. Wall (ed.); 15th ed.). Pearson Education Limited 2016.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Latan, H., dan Ghozali, I. (2012). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 2.0 M3.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Levy, M., dan Weitz, B. A. (2001), *Retailing Management, Fourth edition*, Richard D. Irwin Inc.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management Information Center.* New York: McGraw Hill Higher Education.
- Pramatya, V., Najib, M., & Nur rochmat, D. R. (2015). Pengaruh Atmosfer Kedai Kopi Terhadap Emosi Dan Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 12(2), 126–136. <https://doi.org/10.17358/jma.12.2.126>

- Prasetyo, B. dan Jannah, Lina M. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Rubera, A. B. E. & G. (2010). Drivers of Brand Commitment: A CrossNational Investigation. *Journal of International Marketing*, 64–79. <http://doi.org/10.1509/jimk.18.2.64>.
- Saefudin, B. R., Deaniera, A. N., & Rasmikayati, E. (2020). Kajian Perbandingan Preferensi Konsumen pada Dua Kedai Kopi di Cibinong, Kabupaten Bogor. *Agrovital: Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(1), 39–46.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, Cetakan Keempat, PT. Indeks. Jakarta.
- Shaharuddin, S, Zamaludin, R Hashim, MA Hadi, and LC Ming. 2015. Assessing consumer preference using community pharmacy preference evaluation questionnaire (ComPeTe). A pilot survey in Malaysia City. *Tropical Journal of Pharmaceutical Research*. 14(7).
- Sholihin, M., & Dwi, R. 2013. *Analisis SEM-PLS dengan Warp PLS 3.0 (Ed 1)*, Andi Offset, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi, Edisi 1*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiman, F., & Mandasari, R. (2015). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sanctuary Di Surabaya. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3, 546–560.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, (Pertama)*. Ghalia Indonesia.
- 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. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14169>