

DAFTAR PUSTAKA

- Alfatiha, R. A., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522–529. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28794>
- 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.
- Dandi, L., Afwa, A., & Hasan, H. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Social Media Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Pekanbaru (Studi Kasus Rehat Coffe) the Influence of Store Atmosphere and Social Media Promotion on Purchase Decisions At Coffee Shop in Pekanbaru (Case . *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 158–166.
- Farhan, M. R., & Adlina, H. (2022). The Influence of Store Atmosphere and Viral Marketing on Buying Decision. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business (Jhssb)*, 2(1), 241–254. <https://doi.org/10.55047/jhssb.v2i1.410>
- Fatmawaty, A., & Halim, A. (2024). The Influence Of Digital Marketing, Price, Consumer Perception, Store Atmosphere And Word Of Mouth On Purchasing Decisions At Cafe Halona Coffee Rantauprapat Pengaruh Digital Marketing, Harga, Persepsi Konsumen, Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3661–3673. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Ferdinand, A. (2009). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. FE UNDIP.
- Ghozali, I. (2011). Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris* (1st ed.). Yoga Pratama.
- Handika, R. S. T., Sudirman, R., & Purnomo. (2023). Strategi Digital Marketing, Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian:(Studi Kasus Erenka Cafe and Space Glenmore). *Social Sciences*, 1(3), 97–105. <https://ojs.putrajawa.co.id/index.php/jebmass/article/view/26>
- Haribowo, R., Tannady, H., Yusuf, M., & Wardhana, G. W. (2022). Awareness On Buying Decisions For Restaurant Customers In West Java Analisis Peran Social Media Marketing , Kualitas Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Rumah Makan Di Jawa Barat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 4024–4032.

- Hidayat, T. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Distribution Store Inspired27 Kota Malang)*. Universitas Brawijaya.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). Principles of Marketing. In *Pearson* (19th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, K. A., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Coffeshop Samata House Surabaya. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 1329–1339. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i3.5038>
- Maulidi, A. (2017). *Pengertian Kafe (Cafe)*. Kanal Info. <https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-kafe-cafe>
- Prasetyo, I. (2021). Pengaruh Brand Image dan Service Quality Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 82–87. <http://190.119.145.154/handle/20.500.12773/11756>
- Pratiwi, P., Muhtadi, A., & Surahman, E. (2016). Influence Service Quality and Customer Satisfaction towards Drug Purchase Intention in Anggrek Outpatient Pharmacy Depo at Hasan Sadikin Hospital. *Indonesian Journal of Clinical Pharmacy*, 5(1), 47–55. <https://doi.org/10.15416/ijcp.2015.6.1.47>
- Reza Aulia, M., Rudy, Ismail, A., Indriyani, S., & Arief, I. (2023). The Influence of Social Media, Location, Service Quality and Store Atmosphere on Purchase Decision of Coffee Café Customers. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 11111–11118.
- Sanjaya, F. A., Ambarwati, R., & Lesmanawati, D. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth (Studi Kasus: Konsumen Kedai “Ikhtiar” Banjarbaru). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 82–89. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v6i2.354>
- Sari, E. N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Kong Djie Cafe Pekanbaru. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 1(2), 73–80. <https://doi.org/10.31004/innovative.v1i2.2151>
- Sembiring, J. A. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffe Dante 2 Medan*. Universitas Medan Area.
- Sudirjo, F., Sutaguna, I. N. T., Silaningsih, E., Akbarina, F., & Yusuf, M. (2023). The Influence Of Social Media Marketing And Brand Awareness On Cafe Yuma Bandung Purchase Decision. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(3), 27–36.

- Sugita, N. M. (2023). *Apa itu Kopitiam dan 3 Rekomendasinya di Surabaya*. Detik.Com. <https://www.detik.com/jatim/kuliner/d-6940985/apa-itu-kopitiam-dan-3-rekomendasinya-di-surabaya>
- Sugiyono, D. P. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta CV.
- Suryantari, N. L. P. P., & Respati, N. N. R. (2022). Peran Brand Image Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(1), 127–149.
- Suryati, L. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Di Café 38 Coffee Lab Yang Di Mediasi Electronic Word Of Mouth Marketing. *Literasi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 104–119.
- Takdir, S., Siska, D., & Rivandi, R. (2022). Pengaruh Social Media Marketing melalui Platform Whatsapp pada Minat Beli Masyarakat. *Economics and Digital Business Review*, 3(1), 42–51. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v3i1.115>
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. In *Yogyakarta Yogyakarta: Andi*.
- Tjiptono, F. (2009). *SERVICE MARKETING: Esensi & Aplikasi* (1st ed.). Marknesis.
- Widarti, P. (2022). *Industri Kafe Restoran Jatim Diyakini Tumbuh 30 Persen*. Surabaya.Bisnis.Com. <https://surabaya.bisnis.com/read/20220827/532/1571085/industri-kafe-restoran-jatim-diyakini-tumbuh-30-persen>
- Widyastuti, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Komika Malang (Studi Pada Konsumen Cafe Komika yang Tergabung dalam Komunitas)*. Universitas Brawijaya.
- Yonatan, A. Z. (2023). *Menilik Jumlah Pengguna Media Sosial 2013-2023*. Data.Goodstats.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/menilik-jumlah-pengguna-media-sosial-2013-2023-WR7bg>