

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, K., & Santoso, R. P. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD Sunan Kudus. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 5(2). <https://doi.org/10.33752/bima.v5i2.5662>
- Ardiva Zakia, Asri Ayu Adisti, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5).
- Asmoro, I. P., & Tuti, M. (2023). Satisfaction with Packaging and Price to Purchase Decision and Repurchase Intention. *JURNAL DINAMIKA MANAJEMEN DAN BISNIS*, 6(1). <https://doi.org/10.21009/jdmb.06.1.5>
- Azahari, A. A., & Hakim, L. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS (JMOB)*, 1(4). <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3779>
- Baharuddin, A., & Sudaryanto, B. (2021). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP REPURCHASE DECISION DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA COFFEE SHOP (Studi Pada Konsumen Coffee Shop di Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(5).
- Dewobroto, W. S., & Wijaya, K. (2022). Analysis of the Effect of Store Atmosphere and Social Factors on Emotional Responses Affecting Consumers' Purchase Decision. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 5(1). <https://doi.org/10.31538/ijse.v5i1.1800>
- Erwin, S. E. , M. M. , C. DMP. , C., Loso Judjianto, S. Si. , M. M. , M. S., Dr. Jenny Nancy Kaligis, ST. , M. S., Vina Islami, S. Pi. , M. M., & Ribut Musprihadi, S. E. , M. M. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN (Teori dan Strategi)* (sepriano, Ed.; 1st ed.). PT. Green Pustaka Indonesia .
- Fahrizan Fahri. (2023). Pengaruh Store Atmosphere dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Leton Coffee Kelurahan Kmpung Baru Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MERDEKA EMBA*, 2(3). <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/1075>

- Gandhi, R. A., Kasno, K., & Ermawati, E. (2023). Influence of Lifestyle , Brand Image , Price, and Promotion of Purchasing Decisions on Cafe Belikopi. *International Journal of Accounting and Management Research*, 4(2). <https://doi.org/10.30741/ijamr.v4i2.1146>
- Gustiawan, W. D., & Satriyono, G. (2022). Gaya Hidup Konsumen Coffee Shop Di Wilayah Kota Kediri. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2).
- Hidayat, H. S., Nurlina, N., Kharismawaty, R., Wijaya, S., & Maddinsyah, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(1). <https://doi.org/10.32493/jee.v4i1.14512>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 8(1). <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v8i1.4156>
- Hutapea, H., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung ( Studi Pada Mahasiswa Di Kota Surabaya ). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2).
- Iana, E., Prastowo, S. L., & Syah, H. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Lifestyle, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *EKONOMI BISNIS*, 29(01). <https://doi.org/10.33592/jeb.v29i01.3641>
- Izdihar, G., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Presepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Iphone Pada Mahasiswa Generazi Z. *JURNAL SeMaRaK*, 5(2). <https://doi.org/10.32493/smk.v5i2.21413>
- Mardiasih, T. S. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1). <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.546>
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1).
- Nizhamuddin AB, Umi Chulsum, Abd Salam Arsyad Putra, Romy Febriansyah Akbar, & Fitrah Hafizh. (2023). ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT KOTA TARAKAN TERKAIT KUALITAS LAYANAN, KONDISI FASILITAS DAN HARGA TERHADAP

MINAT KUNJUNGAN KE BIOSKOP XXI. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis-JMBI*, 1(2), 74–81.

- Pambudi, R., & Maddinsyah, A. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada McDonald's Cabang Graha Raya Bintaro. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(2). <https://doi.org/10.32493/jee.v4i2.17131>
- Pitaloka, E. D., Sutejo, B., & Sumiyati, S. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Customer Value Terhadap Customer Satisfaction Dan Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Boston Café Semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1).
- Pratiwi, M., & Patrikha, F. (2021). Pengaruh gaya hidup, harga dan influencer terhadap keputusan pembelian di rumah makan se'I sapiku Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3).
- Rahmi Rahmi, Sufitrayati Sufitrayati, Nelly Nelly, Zalikha Zalikha, & Riska Riska. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Kosnuemn pada Warkop Opik. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3, 852–863. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i2.2917>
- Sari, D. N. P., & Astutiningsih, S. E. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha, Popularitas Merek, Variasi Produk, Kepercayaan, Gaya Hidup terhadap Minat Beli Ulang KonsumenAliyah Scraf Tulungagung melalui Budaya. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 8(2). <https://doi.org/10.35326/pencerah.v8i2.1911>
- Sentoso, F. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Crunchaus Salad di Pakuwon Mall Surabaya. *Agora*, 7(2).
- Sofiyanti, D. N., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2022). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DIRA CAFE AND POOL AMBULU KABUPATEN JEMBER. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(1). <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i1.18025>
- Sofya, D. N., & Purwanto, S. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang “Slai O'lai.” *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(3). <https://doi.org/10.32503/jmk.v6i3.1871>
- Sugiyono, P. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitaitf, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 67.

- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.328>
- Tjahjaningsih, E., Nanda, G. O., Marlien, R., & Cahyani, A. T. (2022). The Effect of Promotion, Store Atmosphere and Service Quality on Purchase Decision: The Covid-19 Pandemic. *Journal of Economics and Public Health*, 1(1). <https://doi.org/10.37287/jeph.v1i1.882>
- Vera Maria, Komang Windi Yuniantari, & Mustika Ayu Cahaya Lintang. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Ulang pada Online Fashion Industry di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4, 20–31.
- Viani, G. A. I., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk KFC di Kota Denpasar Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal EMAS*, 3.
- Yuliana Ulfidatul Hoiriyah, & Yustina Chrismardani. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 1(2), 115–120. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim/article/view/11590>
- Aliyah, K., & Santoso, R. P. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD Sunan Kudus. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 5(2). <https://doi.org/10.33752/bima.v5i2.5662>
- Ardiva Zakia, Asri Ayu Adisti, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5).
- Asmoro, I. P., & Tuti, M. (2023). Satisfaction with Packaging and Price to Purchase Decision and Repurchase Intention. *JURNAL DINAMIKA MANAJEMEN DAN BISNIS*, 6(1). <https://doi.org/10.21009/jdmb.06.1.5>
- Azahari, A. A., & Hakim, L. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS (JMOB)*, 1(4). <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3779>

- Baharuddin, A., & Sudaryanto, B. (2021). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP REPURCHASE DECISION DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA COFFEE SHOP (Studi Pada Konsumen Coffee Shop di Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(5).
- Dewobroto, W. S., & Wijaya, K. (2022). Analysis of the Effect of Store Atmosphere and Social Factors on Emotional Responses Affecting Consumers' Purchase Decision. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 5(1). <https://doi.org/10.31538/ijjse.v5i1.1800>
- Erwin, S. E., M. M., C. DMP., C., Loso Judjianto, S. Si., M. M., M. S., Dr. Jenny Nancy Kaligis, ST., M. S., Vina Islami, S. Pi., M. M., & Ribut Musprihadi, S. E., M. M. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN (Teori dan Strategi)* (sepriano, Ed.; 1st ed.). PT. Green Pustaka Indonesia .
- Fahrizan Fahri. (2023). Pengaruh Store Atmosphere dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Leton Coffee Kelurahan Kmpung Baru Kecamatan Senapelan Kota Pekanbaru. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MERDEKA EMBA*, 2(3). <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/1075>
- Gandhi, R. A., Kasno, K., & Ermawati, E. (2023). Influence of Lifestyle , Brand Image , Price, and Promotion of Purchasing Decisions on Cafe Belikopi. *International Journal of Accounting and Management Research*, 4(2). <https://doi.org/10.30741/ijamr.v4i2.1146>
- Gustiawan, W. D., & Satriyono, G. (2022). Gaya Hidup Konsumen Coffee Shop Di Wilayah Kota Kediri. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2).
- Hidayat, H. S., Nurlina, N., Kharismawaty, R., Wijaya, S., & Maddinsyah, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(1). <https://doi.org/10.32493/jee.v4i1.14512>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 8(1). <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v8i1.4156>
- Hutapea, H., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung ( Studi Pada Mahasiswa Di Kota Surabaya ). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2).

- Iana, E., Prastowo, S. L., & Syah, H. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Lifestyle, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *EKONOMI BISNIS*, 29(01). <https://doi.org/10.33592/jeb.v29i01.3641>
- Izdihar, G., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Presepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Iphone Pada Mahasiswa Generazi Z. *JURNAL SeMaRaK*, 5(2). <https://doi.org/10.32493/smk.v5i2.21413>
- Mardiasih, T. S. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1). <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.546>
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1).
- Nizhamuddin AB, Umi Chulsum, Abd Salam Arsyad Putra, Romy Febriansyah Akbar, & Fitrah Hafizh. (2023). ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT KOTA TARAKAN TERKAIT KUALITAS LAYANAN, KONDISI FASILITAS DAN HARGA TERHADAP MINAT KUNJUNGAN KE BIOSKOP XXI. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis-JMBI*, 1(2), 74–81.
- Pambudi, R., & Maddinsyah, A. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada McDonald's Cabang Graha Raya Bintaro. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(2). <https://doi.org/10.32493/jee.v4i2.17131>
- Pitaloka, E. D., Sutejo, B., & Sumiyati, S. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Customer Value Terhadap Customer Satisfaction Dan Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Boston Café Semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1).
- Pratiwi, M., & Patrikha, F. (2021). Pengaruh gaya hidup, harga dan influencer terhadap keputusan pembelian di rumah makan se'I sapiku Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3).
- Rahmi Rahmi, Sufitrayati Sufitrayati, Nelly Nelly, Zalikha Zalikha, & Riska Riska. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Kosnuemn pada Warkop Opik. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3, 852–863. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i2.2917>
- Sari, D. N. P., & Astutiningsih, S. E. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha, Popularitas Merek, Variasi Produk, Kepercayaan, Gaya Hidup terhadap Minat Beli Ulang KonsumenAliyah Scraf Tulungagung melalui Budaya. *Sang*