

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Ecodemica*, 1(2), 252-261.
- Alvionita, V. (2017). Pengaruh Word Of Mouth, Citra Merk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Chatime. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1(3), 1-476.
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243-252.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1(8), 1-21.
- Atmariansi Artanti, H. H. A. (2020). Strategi Pemasaran Word of Mouth pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Produk Home Industry Mie Eblek DEsa Kasepuhan). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 3(2), 2620-7680. <http://repository.usu.ac.id>
- Bagaskara, S. P. S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Gudang Kopi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, ISSN 2461-.
- Dr. Musnaini, S.E., M. M., Dr. Yohanes Totok Suyoto, S, S., C., Dr. Wiwik Handayani, S.E., M. S., & Dr. Muhammad Hijadi., S.E., M. S. (2021). Manajemen Pemasaran. In C. Hadion Wijoyo, S.E., S.H., S.Sos., S.Pd., M.H., M.M., Ak. (Ed.), *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* (Issue 1).
- Dwi Apriliani, V., 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. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34303>
- Ena, M. Y., Antonio E. L. Nyoko, & Ndoen, W. M. (2019). Ena, Nyoko and Ndoen/ *JOURNAL OF MANAGEMENT*

- (SME's) Vol. 10, No.3, 2019, p299-310. *Journal of Management*, 10(3), 299–310.
- Erianto, R. A. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Furore Coffee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(5), 1–18.
- Faaza, M. M., & Samboro, J. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Amstirdam Coffee & Roastery Malang. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(2), 630–633.
- Faisal Hardiansyah, M. N. dan I. R. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability*, 3, 90–107.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 26. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (Vol. 1, p. 475).
- Iwan Hermawan, S.Ag., M. P. . (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode*.
- Kartika, R. P., Aryati, I., & Widayanti, R. (2019). Pengaruh Brand Image , Gaya Hidup, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Café Tiga Tjeret Di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 14–22.
- Kotler, P.,&Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Layungsari, M., & Yuniati, T. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Martpoint. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4, 1–15.
- Listiono, F. I. S., & Sugiarto, S. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Libreria Eatery Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–9.
- Mimi, S. A. (2015). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan,

- Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap keputusan Pembelian Di Ranch Market. *Jurnal Ekonomi*.
- Noviawaty. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet NyesNyes Palembang. *Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 12, 56–73.
- Nurlia, L. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (Jursistekni)*, 3(1), 1–12.
- Prasetyo, A. (2016). Pengaruh Strategi Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopiganes. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1–17.
- Priansa, J. D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Social*, Pustaka Setia, Bandung.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (23rd ed., Issue April). In *Alfabeta*, CV.
- Putri, L. H. (2014). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Monopoli Cafe And Resto Soekarno Hatta Malang)*. 15(2).
- Sari, D. Y., Tjahjaningsih, E., & Hayuningtias, K. A. (2018). Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus?(Studi pada Konsumen Giant BSB Semarang). *Prosiding SENDI_U*, 978–979.
- Simamora, A., & Azis, E. (2016). The Influence Of Word Of Mouth To The Go-Jek Purchase Decission Making In Bandung. *EProceedings of Management*, 3(1), 151–156. <https://librarye proceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2982/2828>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (Sutipo,Ed) (Kedua)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarso. (2016). Analisis pengaruh citra merek, kesadaran merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian sepatu adidas. *Jurnal Ilmu Gizi*, 4(2), 5–37.
- Supriono. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buyying Studi Pada Pengunjung Mall di Kota

- Malang. *Journal of Applied Business Administration*, 2, 1.
- Susanti, G. A., Qomariah, N., & Anwar. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Cangkir Klasik Jember. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 2(2), 154-167.
- Taufik, & Yam. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140-154.
- Wongso, M. Y. S. Bin. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Burger King di Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(7).
- Wulandari, E. E. P. (2021). Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eleven Cafe Di Kota Bengkulu. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 74-86.