

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L. C., & Suprihhadi, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Sosial Media, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Babeh Street Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7, 1–15.
- Arjunita, I., Lopian, S. L. H. V. J., & Lumantow, R. Y. (2021). Pengaruh Viral Marketing, Store Atmosphere, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuya Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 437–446.
- Berman dan Evans. (2013). *Retail Management (A. Strateg)*. Pearson.
- Bisnis.com. (2019). Startup Kopi Indonesia Berpotensi Ganggu Dominasi Starbucks. <https://m.bisnis.com/amp/read/20190701/266/1118671/startup-kopi-indonesia-berpotensi-ganggudominasi-starbucks>, diakses 8 Juli 2022
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogja Suara (2021) Jumlah Coffee Shop Di Jogja Tahun 2021 <https://jogja.suara.com/read/2021/11/08/162500/penampakan-coffee-shop-jogja-di-google-mapsviral-publik-syok> diakses 8 Juli 2022
- Jogja.suara.com. (2021). *Penampakan Coffee Shop Jogja di Google Maps*.
- Journal STIE Putra Bangsa (2018) Analisis Pengaruh Store Atmosphere Dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Warak Koffie

Purwokerto

<http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jiak/article/view/275> diakses

11 Mei 2022

Kalangi, P. (2018). Pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen pada

Sinar Anugerah Pratama. *Administrasi Bisnis*, 1.

Katarika. (2017). Pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada

coffee shop Bandung. *Ecodemica*, 2.

Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management* (Essex). Pearson Education.

Kotler dan Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Jilid Kedu). Erlangga.

Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Penelitian*. dspace.

Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 10(12), 1–12. www.fe.unisma.ac.id diakses

5 Mei 2022

Mawaddah, Siti Nurul, and Aniek Widiarti Khusaini. "Pengaruh Brand Image,

Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman

Kopi." *JBES* 2.1 (2021).

Mulyadi, A. I., & Zuhri, S. (2020). *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 10(2).

Oktaviasari, S., Arifin, R., & Khoirul ABS, M. (2021). Promosi Penjualan, Store

Atmosphere, Dan Brand Image Berpengaruh Terhadap Repurchase

Intention (Studi Kasus Pada Cafe Ortho Kopi

Pada, K., Di, S., Cianjur, W., Suryakencana, U., & Barat, J. (2020). *JURNAL*

EKONOMI. 2(4), 637– 643.

Rahayu, L. M. P., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*| Vol, 43(1).

Rahayu, M. A., & Juju, H. U. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Konsumen Cafe Kalpa Tree) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).

Rita. (2017). *Store Atmosphere*. Bbs.Binus.Ac.Id. <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/11/28/storeatmosphere/> diakses 4 Maret 2022

Sinuraya, L. E. (2018). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Starbucks Coffee di Kota Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian*. <http://repository.unusa.ac.id/6082/> diakses 12 Mei 2022

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (alfabeta).

Sugiyono. (2015). *Definisi Operasional Dalam Variabel Penelitian*.

Sugiyono. (2016). *Teknik Sampling*. [http://repository.unpas.ac.id/30262/7/BAB 3 sa.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30262/7/BAB%203%20sa.pdf)

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta).
CV.

Sujarweni. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Pustaka Baru Press.

Susilowati. (2018). Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Warak Koffie Purwokerto. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 7.

Tirtayasa, S., & Erwanto, D. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Coffee Shop Di Kota Medan) (Doctoral dissertation, UMSU).

Vicky, V. (2019). Pengaruh Food Quality, Brand Image, Store Atmosphere Terhadap Purchase Decision Pada Cafe Calibre. *Agora*, 7(2).

Yulin Masdakaty. (2019). Fore Coffee : The Next Generation Of Coffee Shop. Ottencoffee.Co.Id. <https://ottencoffee.co.id/majalah/fore-coffee-next-generation-coffee-shop>) diakses 9 Mei 2022

Zainul Fikri. (2018). Pengaruh *Brand Image*, Lokasi dan *Store Atmosphere* Terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Minimarket "Kedai Yatim".