

Daftar Pustaka

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Abimbola, O, S and Oladepo, O, I. 2015. *The Influence of Brand Image and Promotional Mix On Consumer Buying Decision-A Study of Beverage Consumers In Lagos State. Nigeria. British Journal of Marketing Studies*. 3(4). 42-47.
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Aminudin, L. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada KFC Mega Mas Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 703-715.
- An'nisa, V. (2016). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Little Wings di Bandung Tahun 2016. *E-proceeding of Applied Science*, 2(2), 475-500.
- Arianto, D. P. H. & Satrio, B. (2020). Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Kopi Sae. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(6), 1-23.
- Arifin, Z. (2014). Dampak *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 8(3), Malang: Universitas Brawijaya.
- Arkam, M. M. (2020). Pengaruh Lokasi dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(1), 1-19.
- Budiwati, H. (2012). *Cara Mudah Mempelajari dan Memahami Statistik inferensia (Untuk Bisnis dan Ekonomi)*. Lumajang: STIE Widyagama Lumajang.
- Dewi, M. P. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere*, *Social Media Promotion*, *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di *Hobbit Eatery Coffee* Malang. *JPRO*, 2(2), 26-36.
- Hidayati, Ermawati, E. & Irwanto, J. (2022). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gamis Brand Aulia Fashion (Studi Kasus pada Warga Kec. Padang-Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 5(1), 63-70.
- Kasno. (2021). Pengaruh Periklanan, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada LJ Hooker Grand Batam. *Repository upbatam*, 1(1).

- Kotler, Philip and G. Amstrong. (2012). *Principles of Marketing*. 14th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2013). *Marketing Management*. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Keller, K., L. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis : Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Lestari, T. & Suharyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Kedai Kopi Lain Hati di Grand Galaxy City Bekasi). *Jurnal Manajemen dan Perbankan (JUMPA)*, 9(2), 10-24.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Global*. Bandung : Alfabeta.
- Nurlia. L. (2020). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. *JURSISTEKNI (Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi)*, 2(3), 1-12.
- Paramita, R.W & Rizal Novansyah. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Buku Ajar Perkuliahan*. Azyan : Yogyakarta.
- Peter, J.P., dan Olson, J.C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- Prakasa, R. M. P., Purwanto, H. & Apriyanti. (2022). Pengaruh Varian Produk dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Coffee Shop di Kota Madiun). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 4(1), 71-86.
- Priansa, donni juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada era Media Sosial*. Pustaka Setia : Bandung.

- Ramadhan, D. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, *Store Atmosphere* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(6), 1-16.
- Riyani, E, W., Kasno, & Robustin, T. P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk 3 Second pada Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang. *Journal of Organization and Business*, 1(4), 26-28.
- Sari, Ermawati, E. & Athaillah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Berkarbonasi Coca-Cola (Studi Kasus pada Toko Fajar Jaya). *Jobman: Journal of Organization and Business*, 4(4), 248-257.
- Sari, W. Y. K., Kasno, & Bahtiar, R. (2020). Peran Kemasan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim (Studi Kasus PT Really Delicious Indonesia di Lumajang). *Journal of Organization and Business*, 3(2), 163-165.
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Siregar, A. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel CV. Parsariran Motor* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).
- Sugiman, F. & Mandasari, R. (2016). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Sanctuary di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 2(1), 546-560.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed & Methods)*. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sulistiyorini, I. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Eramart Tenggiri Samarinda. *E-journal Administrasi Bisnis*, 5(2), 511-520.
- Sunyoto, D. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Kuesioner, Alat dan Analisis Data)*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.

- Suryani., dan Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*, edisi pertama. penerbit: Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Swasta, B., dan Handoko, H. 2014. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen 1*. BPFE. Yogyakarta.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5 (3), 1-18.
- Tansala, D., Tumbel, T. M. & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21-27.
- Tjiptono, F. & Chandra G . (2016). *Service Quality dan Satisfaction*. Andi: Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa–Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta*.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Valentine, K. (2014). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Dakken Coffee & Steak Bandung. *E-proceeding of Management*, 1(3), 782-793.
- Welsa, H. & Khoironi, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen di Restoran Toean Watiman Yogyakarta). *Jurnal EBBANK*, 10(1), 1-6.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan Dengan Excel & SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yildirim, K., Cagatay, K., & Hidayetoglu, M. L. (2015). *The Effect of age, gender and education level on customer evaluations of retail furniture store atmospheric attributes*, *Journal of Retail & Distribution Management* Vol.43.