

DAFTAR PUSTAKA

- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 6(1), 94-99.
- Arafah, R. N., & Subali (2023). Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Angkringan Cahsaiki Bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(3), 361-367.
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183.
- data.lumajangkab.go.id. Data Bidang Usaha Jasa Makanan dan Minuman Jenis Usaha Cafe Tahun 2019. diambil dari <https://data.lumajangkab.go.id>
- Dessyana, C. J. (2013). *Store Atmosphere* Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 844–852.
- Dewi, M. P. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere, Social Media Promotion, Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Habbit Eatery Coffee Malang. *JPRO*, 2(2), 26-36.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fuad, M. (2009). *Store Atmosphere* dan Perilaku Pembelian Konsumen di Toko Buku Gramedia Malang.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hakim, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Cipta Prima Nusantara.
- Ilham, I. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada YESZYMFG Store Surakarta. Publikasi Ilmiah. Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media *Online Shop* Shoppee di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 4(1), 71-85.

- Khasanah, D. M., Taufik, M., & Irdiana, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, *Word of Mouth*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Suku Cadang Bengkel Resmi Honda Ahass 10349 Setia Kawan Motor Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 2(3), 154-159.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krisito, R. E., Yacob, S., & Yuniarti, Y. (2020). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Coffee Shop* Lucky Coffee Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(3), 125-130.
- Kurniawan, A., W., & Puspitaningtyas., Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Kusuma, M. A., Agustono, & Setyowati, N. (2020). Pengaruh *Word of Mouth* dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Gethuk (Studi Kasus Gethuk Semarang). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 4(2), 433-446.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229-245.
- Nasution, S. A. A., & Yuliana, Y. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pengiriman J&T Express di *Drop Point* Krakatau Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2), 85-94.
- Novalia, N., & Hanindah. (2018). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Mutiara Super Kitchen Bandung. *MANNERS*, 1(1), 1-13.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* Edisi 3, xii, 170.
- Pradana, N. R. (2019). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian dengan Respon Anak sebagai Variabel Moderator (Studi pada Keluarga Konsumen Toko Ritel di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(2), 71-82.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

- Purboyo, & Hastutik, S. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*. (Hartini, Ed.) (1 ed.). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Putri, A. H. (2021). Pengaruh Suasana Toko (*Store Atmosphere*) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kecamatan Kota Gasib.
- Putri, L. H., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli *Cafe and Resto* Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2), 1-9.
- Rahayu, S. S., Taufik, M., & Ato'illah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Susu Segar UD. Adil Brothers Senduro. *Journal of Organization and Business Management*, 2(3), 194-199.
- Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Masyarakat di Kota Jember. *Sinergitas Quadruple Helix*, 94-101.
- Sari, D. E., Ato'illah, M., & Lukiana, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ramy Parfum *Refill* di Kota Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 5(4), 239-244.
- Situmeang, P. A., Nainggolan, B. M. H., & Kristiadi, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Sushimas. *Jurnal EDUTURISMA*, 4(1), 32-55.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(1), 63-71.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R and D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian & Pengembangan Research And Development*. Bandung: Alfabeta. *Journal Of Chemical Information And Modeling* (Vol. 53).
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunandar, I. (2020). Analisis Pengaruh Media Sosial, *Word of Mouth*, *Store Atmosphere*, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada UMKM KEIBAR Pamulang). Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta.
- Sunarka, P. S., Bakhtiar, M. R., & Kartika, E. (2021). Pengaruh Wom, *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Analisis pada Pelanggan Toko Roti Virgin Cake & Bakery Semarang). *JPRO*, 2(1), 64-72.
- Suryani., & H. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenanda Media Group.
- Sutrisyo, H. E., & Tecoalu, M. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kue Sorabi Hijau Rengasdengklok. *Jurnal Manajemen Bisnis-Kompetensi*, 11(1), 15-28.
- swa.co.id. (2019). Pertumbuhan Bisnis Kedai Kopi. diambil dari <https://swa.co.id/swa/trends/pertumbuhan-bisnis-kedai-kopi>
- Syamsiah, S. N., Muttaqien, F., & Ato'illah, M. (2018). Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Toko SJ Tempeh Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 73-81.
- Syazira, S. N. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Word of Mouth*, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Batam. Skripsi. Universitas Putera Batam, Batam.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian: Populer dan Praktis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wulandari, N. L. D., Mitriani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* untuk Mendorong *Purchase Decision* di El Crudo Canggü. *VALUES*, 2(2), 445-456.
- Yulianti., & S. (2016). *Pengetahuan Produk dan Konsep Harga*. Yogyakarta: Deepublish.