

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, A. F. Z. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Hedonis Dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa*.
- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Ecodemica*, 1(2), 252–261.
- An'nisa, V. (2016). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Little Wings Di Bandung Tahun 2016*. 2(2), 475–500.
- Azizah, M., & Putri, W. (2024). Pengaruh Motivasi Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Di *Online Shop*. *Journal Of Comprehensive Science*, 3(1), 123–130.
- Budiatmo, M. K. A. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing*, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 6(1), 1–7.
- Diandini, D., & Wiyadi. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Pembelian. *El Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 4014–4030. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i5.2317>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (9th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory*. Yoga Pratama.
- Giovani, R. R., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh *Social Media Marketing* Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik Reynaldi. *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 11, 10. <https://doi.org/10.54239/2319-022-001-001>
- Gunawan, C. (2018). *Mahir Menguasai Spss (Mudah Meengolah Data Dengan Ibm Spss Statistic 25)*. Cv. Budi Utama.
- Hakim, A. M., Jannang, A. R., & Subhan, S. (2023). Pengaruh *Store Atmosphere*, Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Paddock Café Di Kota Ternate. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 14398–14410.

- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(3), 92–101. <https://doi.org/10.54066/jrime.itb.v1i3.290>
- Hidayahtullah, A. (2018). Realitas Kafe Kekinian Bagi Kalangan Mahasiswa Pada Komunitas Instameet Surabaya. *Universitas Airlangga*.
- Jaya, C. L., & Tampubolon, M. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Wrappers, Medan. *Jurnal Media Ekonomi (Jurmek)*, 28(3), 118–127. <https://doi.org/10.32767/jurmek.v28i3.2103>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (Steven Jackson (Ed.); 17e Ed.). Pearson Education Limited.
- Kurniawati, L., & Silitonga, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko Dan Media Sosial Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Fore Coffee Cibubur Junction. *Jurnal Ilmiah Panorama Nusantara*, 16(1), 53–62.
- Mokoagow, H., & Pateda, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Dampaknya Terhadap Hasil Belajar Pai Di Sman 1 Pinolosian. *Jurnal Imiah Psikologi*, 9(3), 12–27.
- Nawangsih, Khoirul Ifa, & Kurniawan Yunus Aryono. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Widya Gama Press Stie Widya Gama Lumajang.
- Paramita, R. Wijayanti D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (2nd Ed.). Azyan Mitra Media.
- Priyatno, D. (2018). *Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum* (Giovanni (Ed.); 1st Ed.). Andi.
- Raja, I. W. J. A., Darmayasa, I. M., & Mertayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Sosial.Media Marketing Terhadap Keputusan.Pembelian Di Peony Café Di Mahendradatta Denpasar. *Jakadara: Jurnal Ekonomika, Bisnis, Dan Humaniora*, 1(2), 207–214. <https://doi.org/10.36002/jd.v1i2.2300>
- Renda, J., & Situmorang, T. P. (2024). Pengaruh Atmosfer Cafe, Positive Emotion Dan Revisit Intention Terhadap Citra Cafe (Studi Pada Kafe Di Kota Waingapu). *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 675–683. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13773>
- Setianingsih, E. S. (2019). Wabah Gaya Hidup Hedonisme Mengancam Moral Anak. *Malih Peddas (Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar)*, 8(2), 130. <https://doi.org/10.26877/malihpeddas.v8i2.2844>

- Setiawan, A. M., & Soliha, E. (2024). Gaya Hidup Hedonisme, Promosi Penjualan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nevada Di Matahari Plaza Simpang Lima Semarang. *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, 6(1), 137–146. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i1.8494>
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian* (1st Ed.). Pt. Rajagrafindo Persada.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yeskha (Ed.); 1st Ed.). Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (Seiyawami (Ed.); 6th Ed.). Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penlitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Kedua). Prenadamedia Group.
- Suryani, J. A., Lubis, J., & Ritonga, M. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coffeshop Hypermur. *Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 10(3), 264–271.
- Tina, N. S. H. (2022). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Syakira Store Lumajang*.
- Trisnaningtyas, N. (2023). Pengaruh Event Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Chuseyo Cabang Malang. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Vidausi, A. V. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Merek Baccarat Pada Mey Parfum*.
- Vivian, S. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Pada Produk Starbuck. *Jurnal Transaksi*, 12(1), 51–66.
- Wibowo, Lili Adi, & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Alfabeta.
- Wulandari, K. A., & Iriani, S. S. (2020). Store Atmosphere Dan Gaya Hidup Hedonis Sebagai Penentu Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Rolag Kopi Kayoon Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 909. [https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p909 920](https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p909%20)
- Yuana, D. (2018). Pengaruh Harga, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(12), 1–22.