

## DAFTAR PUSTAKA

- Albi, K. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital dan Suasana Toko. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi*, 3(1), 21–30.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2018). *Retail Management – A Strategic Approach* (13th ed.). Pearson.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. CV IRDH.
- Devi, I. P., Kusuma, A. E. T., & Rihayana, G. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli di Warung Dekade. *Jurnal Values*, 1(2), 129–138.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen*. Universtas Diponegoro.
- Fitri, B., Agari, K., Didiek, V., Aryanto, W., Fitroh, I., Putra, S., & Panjaitan, R. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga dan Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi oleh Minat Beli Konsumen Coffee Shop Anantari (Studi Kasus Pada Konsumen di Coffe Anantari). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 8640–8653. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, M. M., & Ramadhan, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli Kopi Soe di Harapan Indah , Bekasi. *Kalbisiana*, 8(2), 1382–1395.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk Eiger:(Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126.
- Kotler, A., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing Edition Global Edition*. Erlangga.
- Latifa, N., Putri, I., & Hakim, I. (2023). New Consumer Landscape: Sebuah Riset Perilaku Konsumen menuju Society 5.0. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 347–355.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3* (5th ed.). Salemba Empat.
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi

- Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 185.  
file:///C:/Users/acer/Downloads/iogi2018,+07.+Glorya+Priscilla+Maino..+O K.pdf
- Ngumar, Widarko, A., & Khalikussabir. (2020). Pengaruh store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada damar coffee Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(7), 98–112. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Nugroho, Y. (2021). *Analisis Hubungan Nilai Hedonis dan Nilai Utilitarian Terhadap Niat Membeli dengan Mediasi Kepuasan pada Kategori Pakaian di Shopee Surabaya*. Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya.
- Paramita, R. ., Rizal, N., & Sulistyan, R. . (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Wdyagama Press.
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2022). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness, dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11, 48–56. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i1.2848>
- Rachel, N., & Alananto Iskandar, D. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli di Kaca Coffee and Eatery. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(3), 2574–2584.
- Ramdhani, D. N., Sari, A. R., Pamulang, U., & Selatan, T. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA COFFEE SHOP PETAK 25 DI TANGERANG SELATAN*. 2(4), 3684–3694.
- Reksa Daninzia Ramadhan, & Acep Samsudin. (2024). The Influence of Promotional Strategy and Service Quality on Purchase Interest at Dee Coffee House Waru Sidoarjo. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5954–5964. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 28–39.
- Ryandika, E. P., Manajemen, I. P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Suasana Toko, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Konsumen the Hidden Swargi Coffee. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(Mei), 2477–1783. <https://holidayayo.com/article/the-hidden-swargi>
- Sandala, F. D., Tumbel, A. L., & ... (2021). Pengaruh kelompok referensi, persepsi harga dan store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada umkm beenji café di sario kecamatan sario. *Jurnal EMBA: Jurnal ...*, 9(1), 878–886. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/32600%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/32600/30821>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,*

*Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Andi.

Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel*. Salemba Empat.

Wahyudianto, M. Z. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Butuhbaju. Com. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5(4), 311–319.

Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). Minat Beli Konsumen. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1).  
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

