

DAFTAR PUSTAKA

- Alimuddin Rizal Rivai, & R. A. M. (2022). No Title. *Jurnal Mirai Management Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, Dan Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen KFC Di Kota Semarang).*, 263–276.
- AMIRULLAH. (2022). Perilaku Konsumen Dan Pengambilan Keputusan Pembelian. *Akademika*, 20(2), 169–175. <https://doi.org/10.51881/jak.v20i2.9>
- 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 Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 9(3), 437–446. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/34756/32603>
- Arkam, M. M. (2020). *Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan*. 5(April).
- Berman, & Evans. (2014). *Retail Management*. Pearson.
- Chandra, M., Sampe, F., & Tahendrika, A. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Labuana Resto & Cafe Makassar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (JESIT)*, 3(2), 229–246.
- Diany, A. A., Sangen, M., & Faisal, I. (2019). Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Positive Emotion Dan Perilaku Impulse Buying Di Departement Store Matahari Duta Mall, Banjarmasin. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 65. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.176>
- Dwi Apriliani, V., Waloejo, H. D., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 180–187. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34303>

- Ena, M. (2019). No Title. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafeneta. Journal of Management.*
- Erianto, R. A. (n. d.). (2018). No Title. *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Furore Coffe.*
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (5th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Universitas Diponegoro.
- Halim. (2016). No Title. *Pengaruh Store Atmosphere, Store Image, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Cabang Gajah Mada Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kedokteran Methodist Medan).*, 3(1).
- Hasan, A. (2010). No Title. *“Marketing Dari Mulut Ke Mulut (Word of Mouth Marketing)”*.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dari Mulut ke Mulut Word Of Mouth Marketing*. Media Presindo.
- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). *Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga dan BrandAwareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro di Giant Mall Permata Tanggerang*. 7(3), 523–541.
- Joseph Franklin Hair, Christian M. Ringle, G. Tomas M. Hult, M. S. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Khoir, I., & Tjahjaningsih, E. (2023). Pengaruh Word of mouth dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan dan dampaknya terhadap Loyalitas (Studi pada Pelanggan Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 240. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.877>
- Kotler, P, & Keller, K. . (2012). *Marketing Management (14th ed)*. Pearson

Education.

Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi (4th ed.)*. Erlangga.

Liswandany, F., Supriyono, & Fitriyah, Z. (2022). Pengaruh Lokasi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Dolan Kopi Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 71–80.

Ma'ruf. (2006). Pengaruh Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Labuana Resto & Cafe Malaka. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (JESIT)*, 3(2), 229–246.

Mahiri, E. A. (n. d.). (n.d.). No Title. *Jurnal Ilmiah Manajemen Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran*.

Mariana Puspa Dewi. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Promotion, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Habbit Eatery Coffee Malang Mariana*. 2(2).

Maulana, F. R., Hasnita, N., & Evriyenni, E. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(2), 124. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8644>

Miranda, S. G. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Word of Mouth Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kopi Pedalaman Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(4), 189–200.

Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Erlangga.

Pratama, ferina nadya. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Cafe Kolong Jember.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Tahir, M. (2023). Analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(2), 378–385.

Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.

