

DAFTAR PUSTAKA

- Abislong, B. P., Soepeno, D., Sumarauw, J. S. B., Iklan, P., Perhatian, D. A. N., Terhadap, K., Abislong, B. P., Soepeno, D., & Sumarauw, J. S. B. (2023). Pembelian Produk Kojie San Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado The Effect Of Advertising And Consumer Attention On Purchase Decisions Of Kojie San Products In Students Of The Faculty Of Economics And Business Jurnal Emba Vol . 11 No . 3 Juli 2023 , Hal . 621-632. 11(3), 621–632.
- Andhini. (2020). Pengaruh Periklanan Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Pada Surat Kabar Harian Serambi Indonesia.
- Andriani, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Resto Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café And Resto Sugar Rush Di Bontang. Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul, 8(1), 26.
- Ardian, R. (2018). Pengertian Iklan Advertising. Journal Of Chemical Information And Modeling, 53(9), 8. [Http://Repo.Darmajaya.Ac.Id/233/4/Bab Ii.Pdf](http://Repo.Darmajaya.Ac.Id/233/4/Bab%20ii.Pdf)
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. Jurnal Ilmu Sosial (Jisos), 1(2), 85–104. [Http://Bajangjournal.Com/Index.Php/Jisos](http://Bajangjournal.Com/Index.Php/Jisos)
- Budiman, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Ekatana, I. (2021). The Effect Of Cafe Atmosphere On Purchase Decision : Empirical Evidence From The Effect Of Cafe Atmosphere On Purchase Decision : Empirical Evidence From Generation Z In Indonesia. 8(December). [Https://Doi.Org/10.13106/Jafeb.2021.Vol8.No4.0483](https://doi.org/10.13106/Jafeb.2021.Vol8.No4.0483)
- Dewi, V. A., Widuri, T., & Ayuanti, R. N. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Janji Jiwa Nganjuk. Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen, 2(1), 131–141. [Http://Jurnal.Anfa.Co.Id/Index.Php/Mufakat](http://Jurnal.Anfa.Co.Id/Index.Php/Mufakat)
- Fanitawati, N. (2020). Pengaruh Tingkat Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Di Dapur Putih Cafe

- Metro. Skripsi, H. 55.
- Fatmawaty, A., & Halim, A. (2024). The Influence Of Digital Marketing, Price, Consumer Perception, Store Atmosphere And Word Of Mouth On Purchasing Decisions At Cafe Halona Coffee Rantauprapat Pengaruh Digital Marketing, Harga, Persepsi Konsumen, Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3661–3673. [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss* 23. Univ. Diponegoro Press : Semarang.
- Ghozali, & Nasehudin. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pustaka Setia.
- Hadi, S., & Haryono, A. (2018). *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Sosial Dan Pendidikan*. Pustaka Pelajar.
- Haenesa, M. F. F. (2024). Banyak Usaha Kafe Yang Bangkrut, Kenali Penyebabnya! *Majalah Jakarta*.
- Husin, T., & Sidauruk, T. M. (2021). The Influence Of Product Quality , Service Quality , And Price Towards Customer Purchase Decision At Starbucks Coffee In Diponegoro Medan. 3(1), 59–74.
- Jam'an, M. Z. (2024). Pengaruh Islamic Advertising, Cafe Atmosphere, Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.
- Juniyanto, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Cafe Atap Langit. 15(1), 37–48.
- Kotler, P., & Kevin, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler P & Keller, K. . (2009). *Marketing Management*.
- Kurniawan Purnomo, A. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y Pada Old Bens Cafe. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), 133–212. [Http://Journal.Maranatha.Edu/Jmm](http://Journal.Maranatha.Edu/Jmm)
- Leonandri, D. G., & Erpurini, W. (2024). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Demochist Clothing. *Jurnal Emt Kita*, 8(2), 645–649. <https://doi.org/10.35870/Emt.V8i2.2368>

- Mundji, M. I. F., & Eryandra, A. (2025). Pengaruh Iklan Digital Dan Ulasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Media Massa Indonesia*.
- Musarofah, I. (2020). Pengaruh Keanekaragaman Produk, Store Atmosfer, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang. *Prosiding (Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi)*, 1–11.
- Nadeak, B. S. N., & Sukarno, A. (2024). The Effect Of Social Media Marketing, E-Wom, And Store Atmosphere On Consumer Purchasing Decisions. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(2), 491–498. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V11i2.1750>
- Nickofwan Andysetya Fernanda, Imam Baidlowi, & Agoes Hadi Poernomo. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Atmosfer Café Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nabs Café Pacet – Mojokerto. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(5), 107–120. <https://doi.org/10.61132/Lokawati.V1i5.133>
- Novita Sari, A. E., Hendrarini, H., & Wijayanti, P. D. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Promosi Melalui Media Sosial, Store Atmosphere, Dan Kualitas Pelayanan Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffee Shop Scope Coffe Tuban. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3276. <https://doi.org/10.33087/Jiubj.V23i3.3692>
- Paurav, S., & Rajan, S. (2021). The Impact Of Digital Advertising On Consumer Purchase Intention. *Journal Of Business Research*, 133, 198–208.
- Payadnya, I. P. A. A. Dan Jayantika, I. G. N. T. (2018). Panduan Penelitian Budi, Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan Spss. Cv Utama.
- Pratama, D. A. A. N., & Cahyono, D. E. (2019). Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Pendekatan Kuantitatif. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Putri, S. A., & Santoso, J. (2021). Pengaruh Suasana Kafe Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*.
- Risma Aditya Setiawan. (2024). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan,

- Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Vaneca Cafe. Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen, 2(2), 39–47. <https://doi.org/10.59581/Jrim-Widyakarya.V2i2.3133>
- Rizky Nuzulul Kurnain, & Novi Marlana. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Konsumen Fruts Cafe Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn), 9(2), 1279–1285.
- Silaban, H. V., Yudistio, V., Victoria, J., & Puspita, D. (2025). Menilai Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Fore Café Palembang Trade Center Mall. 1(3), 170–181.
- Siregar, A., Harahap, D., Pandiangan, H. E., Islam, U., & Sumatera, N. (2024). Berdasarkan Etika Dan Nilai Islam. 8(1), 27–35.
- Sudaryanto, & Pratiwi. (2022). Pengaruh Atmosfer Cafe Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Di Yogyakarta. Ekonomi Dan Bisnis, 101–110.
- Sugiarto, & Damiasih. (2023). Metode Penelitian Campuran Untuk Pariwisata. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran.
- Yulianto, A. (2020). Preferensi Konsumen Berdasarkan Usia Terhadap Suasana Café Di Kota Surakarta. Jurnal Riset Pemasaran, 45–54.