

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Suryanto.(2017). Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian di Maridjan Cafe Nganjuk.
- Agustina.(2016). Pengaruh store atmosphere, harga, dan word of mouth terhadap proses keputusan pembelian (Studi Pada Cafe Legend Malang)”. *Jurnal Manajemen, Vol 2, No 1.*
- Alenezi Abdulkareem Khalid, Al Shaikhli Taha Imad dan Aldbbagh Mahmood Salim Sufyan.(2017). The Influence of Internet and Social Media on Purchasing Decisions in Egypt and a Comparison Between Egypt and Kuwait. *International Journal of Management, Vol. 178, No. 5.*
- Ali, R. H. (2016). Effect of store atmosphere on consumer purchase decision. *International journal of marketing studies, Vol. 7, No. 2.*
- Aris Jatmika Diyatama. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 4, No.1.*
- Arlo Prakoso, Z. A. (2018). Pengaruh Sosial Media dan Word Of Mouth Terhadap eputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Cafe Mochimaco Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.41, No1.*
- Amirullah. (2016). Pengantar Manajemen. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Aminudin, L. (2019). Pengaruh kualitas produk, promosi dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kfc mega mas Menado. *Jurnal berkala Vol.15 No.5 .*
- Anggun, Zuhrfanina, Ika dan Yoga. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Lokasi, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Yellow Truck Coffe and Tea Solo.
- AtikaAyu Praggita, A. f. (2017). Pengaruh store atmosphere terhadap emosi dan dampaknya kepada keputusan pembelian (survei pada pengunjung Baker’s king di mall olimpik garden malang). (*Jurnal Provit Vol.7 No.1.*
- Bruno Schvinski.(2016). The Influences of Social Media on Consumer Purchase Decision Process of Unique Cafe. *Journal of Marketing. Volume 22, Issue 2. 2016.*
- Deky Titon Tantular.(2016). Analisis Pengaruh Suasana Toko, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Cak Sis Seafood Resto Jember.

- Erni & Kurniawan.(2017). Pengantar Manajemen. Edisi 1. Kencana, Jakarta.
- Fahimah, A. F. (2017). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung di Madam Wang Secret Garden Café Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.28 No.2* .
- Fatimah, N. S. (2017). Pengaruh Media Sosial dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian (survey pada pengunjung eatboss cabang lengkong). *Jurnal Manajemen*.
- Fauzi, A. (2016). Pengaruh store atmosfer dan service quality terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada De' Tuik Garden Resto & Cafe Bandung). *Jurnal Widyatama Vol 2, No.5*.
- Heizer, Jay dan Barry Render. Operating Management (Manajemen Operasi). Edisi 11, Penerjemah: Dwi Anoegrah Wati S dan Indra Almahdy. Salemba Empat, Jakarta.
- Harman Malau.(2017). Manajemen Pemasaran. CV. Alfabeta, Bandung
- Katja Hutter, J. S. (2016). The impact of user interations in social media on brand awareness and purchase decision intention:the case of MINI on Facebook. *Journalof product & brand management 22(5/6), 342-351*.
- Katja Hutter, J. S. (2018). The impact of user interations in social media on brand awareness and purchase decision intention:the case of MINI on Facebook. *Journalof product & brand management 22(5/6), 342-351*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran, Edisi Ke-15, Jilid 1&2, Alih Basaha: Bob Sabran. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary.(2016). Principle Of Marketing. 15th Edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Malayu S. P. Hasibuan.(2016). Manajemen : Dasar. Pengertian. Dan Masalah. Edisi Revisi. Bumi Aksara. Jakarta.
- Nur Diana Arofah. Dkk.(2018). Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pupuk Bawang Caffé & Dinning Kota Wisata Batu). *E-Jurnal Riset. Vol 7. No.3*
- Octaviani, A. (2016). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen coffe jatim Expo Surabaya . *Jurnal Pendidikan Tata Niaga Vol.1 No.2*.
- Putri, C. S. (2017). Pengaruh Media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Cherie melalui minat beli. *jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis, Vol.1 No.5*.

- Putri, L. H. (2018). Pengaruh Store Atmosphere terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan (studi pada monopoli cafe dan resto soekarno hatta Malang). *Jurnal Administrasi bisnis, Vol15, No.2*.
- Prakoso.(2016). Pengaruh Sosial Media Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Cafe Mochimaco Malang, *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 41, No1*.
- Rulli Nasrullah.(2017). Media Sosial. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Schivinski, B. (2016). The influences of social media on consumer purchase decision of unique café. *Journal of Marketing Volume 22, 2016 - Issue 2*.
- Septian, A. F. (2018). Pengaruh Store Atmosphere terhadap emosi dan dampaknya terhadap keputusan pembelian (survei pada pembeli di Ria Djenaka Cafe dan Resto,Kota Baru. (*Jurnal Administrasi Bisnis Vol.30 No.1*).
- Sugiyono.(2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. CV. Alfabeta. Bandung.
- Vania pramatatya, M. N. (2017). Pengaruh store atmosfer kedai kopi terhadap emosi dan keputusan pembelian ulang. (*Jurnal Manajemen & Agribisnis, Vol.12 No.2*.
- Yogesh, F. (2017). Effect of social media on purchase decision. *Journal pacific business review internasional, volume 6, issue 11*.