

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen. AE Publishing, Malang
- Akhyani, A. A. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe Labreze* . Equivalent: *Journal Of Economic, Accounting and Management*, 1(2), 75-92.
- Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan ke-13 Bandung: Penerbit Alfabeta
- Anang Firmansyah, (2019), Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Cetakan Pertama. Jakarta : CV. Penerbit Qiara Media
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al tijarah*, 6(3), 96-107.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (11th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Berman, B. (2018). Joel R. Evans a Patrili Chatterjee. *Retail management: a strategic approach*
- Chaffey, Dave., & Ellis-Chadwick, F.(2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Sixth Edition*. Pearson
- Dasmadi, D. (2022). The Effect of Store Atmosphere and Social Media Marketing on Purchase Decisions on Consumers of the Damandiri *Cafe*. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(7), 2654-2657.
- Dewi, D. F., & Hadisuwarno, H. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Nako Kalisari. *Jurnal Pijar*, 1(3), 823-841.
- Fatmawaty, A., Pitriyani, P., & Halim, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Harga, Persepsi Konsumen, Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Cafe Halona Coffee Rantauprapat*.

- Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 3661-3673
- Firdaus, R. A., & Sari, D. K. (2022). The Influence of Digital Marketing and Store Atmosphere on Purchasing Decisions at Gazebo Jamur Sidoarjo. *Acad. Open*, 7, 1-14
- Hapsawati Taan. (2017), Perilaku kosumen dalam berbelanja. Yogyakarta:ZAHIR
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan . *In Unitomo Press. Unitomo Press*
- Kasiono, B. A., Tumbel, A. L., & Pondaag, J. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengunjung di *Cafe Kopi Lain Hati Tondano*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1795-1806.
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe Sudut Halaman*. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24-30.
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPopConnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39–50.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi ke-7. Alih Bahasa: Buchari Alma, Jakarta: Salemba .
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing Eight European Edition. UK : Pearson*
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., & Hansen, T., (2022). *Marketing Magement. 4th European Edition. London: Pearson Education Limited. Juan*
- Kotler. P dan Amstrong. G. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1, Edisi 12. Alih Bahasa: Bob Sabaran, Erlangga, Jakarta
- Lamb, C. W., Hair, J. F., dan McDaniel, C. 2018. *Principles of Marketing. 11th Edition. Cengage Learning, Boston*
- Malayu, S. H. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi. PT. Bumi Aksara.

- Mendur, M. E., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Store Atmosfer Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Cafe Jardin*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1077-1086.
- Miskiyya, A. F. Z. (2024). Pengaruh Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Retjeh Kopi di Mojokerto (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur)
- Money D James.(2018).Dasar-dasar Manajemen, Alih bahasa: Yayat M Herujito, Garmedia Widiasarna Indonesia,Jakarta.
- Nababan, R. T., Rahmah, D. D. N., & Rahman, N. N. (2025). Store Atmosphere and Price Perception on Purchase Decisions (Study of Kopi Ruang Hati Consumers in Sangatta City). *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 9(1), 1
- Nainggolan, B. M. (2023) Price Perception And Digital Markeeting On Purchase Decisions At *Cafe Kharisma*. *Journal of Management and Leadership*, 6(1), 57-72.
- Opa, S. A., & Astuti, M. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nwansa Coffee. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(2), 134-146.
- Peter, J.P dan J.C. Olson. 2018. Perilaku Konsumen & Strateg Pemasaran. Edisi 9 Alih Bahasa: Dewi & Suprapti,Salemba Empat. Jakarta
- Pratama, Rheza. (2020). Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Deepublish
- Pratiwi, N. M. I., & Yasa, N. N. K. (2020). The effect of store atmosphere, and digital marketing on purchase decisions on the Alleyway *cafe*. *European Journal of Management and Marketing Studies*.
- Kurnain, R. N., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Fruts *Cafe* Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1279-1285.
- Putri, A. S. A., Fauzi, R. U. A., & Sidanti, H. (2024, September). Pengaruh Digital Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian

- Melalui Minat Beli Di Coffee Shop Madiun. In Simba: *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 6).
- Robbins, S. P., & Coulter, M. A. (2021). *Management. 15th Edition, Global Edition. Essex: Pearson*
- Raniya, R. F., Lubis, P. H., & Kesuma, T. M. (2023). the Influence of Digital Marketing and Store Atmosphere on Purchase Decision Millennial *Cafe* Banda Aceh. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 6(01), 144-155.
- Sophiyanti, E., Dewi, A. S., & Mahaputra, A. P. (2023). Pengaruh *Store Atmosphere* , Persepsi Harga, dan *Digital Markting* terhadap Keputusan Pembelian pada *Cafe* Pamenang Pagu Kediri. *Lokawati J. Penelit. Manaj. dan Inov. Ris*, 1(6), 290-308.
- Sari, E. N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kong Djie *Cafe* Pekanbaru. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 1(2), 73-80.
- Sudarsono, H. 2020. Buku Ajar: Manajemen Pemasaran. CV. Pustaka Abadi. Jember.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2020). Dasar- Dasar Manajemen Pemasaran (ketiga). CAPS (*Center of Academic Publishing Service*)
- Tanjung, R., Mawati, A. T., & Ferinia, R. (2021). Organisasi Dan Manajemen. Yayasan Kita Menulis.
- Tjiptono Fandy & Anastasia Diana (2020) Pemasaran : Penerbit Andi Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono. F. 2020. Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4. CV. Andi, Yogyakarta
- Wardhani, H. A. K. F., Hendrarini, H., & Widayanti, S. (2024). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian di Mblara *Cafe* dan Culinary. *Agridevina: Berkala Ilmiah Agribisnis*, 13(2), 190-198.

- Wati, A, P . Martha J, A. dan Indrawati, A (2020). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.
- Weun, W. I., & Ardiansyah, I. (2024). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gen Z Di Arborea *Cafe* Manggala Wanabakti. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 292-307.
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dabu “Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388-399.
- Zikri, A., & Suwarno, H. H. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan store atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian pada Denny’s Restoran. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 31-41