

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahas Honda. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 2(2), 62–72. <https://doi.org/10.30872/prospek.v4i1.1321>
- Azizah, Z., Hanafi, A. H., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Pelanggan di Kule'a Coffee di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.57084/jmb.v3i01.739>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112.
- Damayanti, A. E., Wirjatmadi, B., Sumarmi, S., & Damayanti, A. E. (2023). *Manfaat Konsumsi Kopi dalam Meningkatkan Kemampuan Mengingat (Memori): A Narrative Review Benefits of Coffee Consumption in Improving the Ability to Remember (Memory): A Narrative Review*. 463–468.
- Diyatma, A. J. (2017). *PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAKA BISTRO & BAR THE INFLUENCE OF PRODUCT PROMOTION THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM TOWARDS PURCHASING DECISION IN SAKA BISTRO & BAR*. 4(1), 175–179.
- Elbadiansyah. (2023). Pengantar Manajemen. DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Emes, L. S., & Sari, D. (2019). 2 1,2,3. 6(1), 1360–1365.
- Fandy Tjiptono, P. (2019). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. *Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI)*.
- Febriani, F., & Ahmad Fadili, D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Café Patroli Kopi Karawang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 368. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10100>
- Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect Of *Store Atmosphere* And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction

- As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 40–57. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3627548>
- Howard A. J., & Sheth N. J. (1969), *The Theory of Buying Behavior*, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Indranopa, R., & Hermanto, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Distro-Distro di Mataram). *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), 195–216. <https://doi.org/10.30812/target.v2i2.967>
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN. In Unitomo Press. Unitomo Press.
- Jasin, M., & Firmansyah, A. (2023). The role of service quality and marketing mix on customer satisfaction and repurchase intention of SMEs products. *Uncertain Supply Chain Management*, <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.9.004> 11(1), 383–390.
- Kebun, K. (2024). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Pengaruh Media Sosial Instagram dan Store Atmosphere*. 3(2), 2120–2128.
- Khusnia, R., Pratikto, H., & Rahayu, W. P. (2025). The Influence of Influencer Marketing and Store Atmosphere on Purchase Decision through Purchase Intention as an Intervening Variable (A Case Study on Café Consumers in Malang City). *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 4(3), 459-471.
- Koesworodjati, Y. (2023). Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Ancangan Pemikiran Strategis Edisi Kedua (kedua). Info Karsa.
- Kotler, P., & Armstong, G. (2021). *Principles of Marketing Eighteenth Edition (Eighteenth)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. In Pearson Practice Hall (Sixteenth). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of marketing Nineteenth Edition*. In *Principles and Practice of Social Marketing (Nineteenth)*. Pearson Education <https://doi.org/10.1017/cbo9780511761751.003>
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). *Pengantar Manajemen*. LPU UNAS.
- Malayu, S. . H. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. PT. Bumi Aksara.

- Martha, Z. (2021). Penggunaan Fitur Media Sosial Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 26–32. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i1.67>
- Maulana Yusuf No, J., Tangerang, K., Tangerang, K., & Moestopo, U. (2022). DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah BRANDING KOPI TULI DALAM MEMBANGUN BRAND IDENTITY 1 Nono Sungkono; 2 Radja Erland Hamzah; 3 Rialdo Rezeky Manogari Lumban Toruan; 4 Adi Nur Achmad Tryarno. *Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah* |, 10(2), 2022.
- Mei, D., Juni, D., & Juni, D. (2024). *Utilization of instagram as a promotional media in the digital era*. 05, 68–74.
- Morwitz, V. (2014). Consumer's Purchase Intentions and their Behavior Foundations and Trends in Marketing Vol. 7 No.23
- Nurlena, D., & Fardiaz, D. (2024). Evaluation of the Role of Consumer-Atmosphere Congruence and Social Media Influence on Purchase Intention and Recommendation Intention – Case of Pizza Hut. *International Journal of Multidisciplinary Sciences*, 2(1).
- Nursaidah, A. S., & Gufron, M. (2024). *Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Suasana Cafe (Store*. 12(2), 162–171.
- Nupus, A. R., & Juju, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan People Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Sorekini Coffee Soreang). Universitas Pasundan.
- Purboyo, Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S., Wardhana, A., Kartika, R. D., Erwin, Hilal, N., Syamsuri, Siahainenia, S., & Marlina, N. (2021). Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis). In *Media Sains Indonesia*.
- Refiani, A. S. . & M. A. (2021). Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada This! By Alifah Ratu Tahun 2020. *EProceedings of Applied Science*, 6(3), 2753–2758.
- Sari, M. Z., Gunawan, A., Fitriyani, Y., & Hilaliyah, N. (2020). Pengaruh Minat Baca Siswa Terhadap Hasil Belajar pada Pelajaran Bahasa Indonesia di SD Negeri 1 Ciporang. *DWIJA CENDEKIA: Jurnal Riset Pedagogik*, 4(2), 197. <https://doi.org/10.20961/jdc.v4i2.42137>
- Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.
- Sartika, D., Prastyo, H., Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda, S., Kunci, K., Toko, S., & Pembelian, K. (2021). *Pengaruh Harga dan Store Atmosphere*

Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Cafe Owl Coffee di Pekanbaru. 1(1).

- Schiffman, Leon G & Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior 12th Edition. <http://localhost:8080/xmlui/handle/123456789/339>
- Soefhwan, K., & Kurniawati, D. (2022). The Influence of Social Media Marketing, Product Quality, and Store Atmosphere on Purchase Intention with Brand Image as a Mediating Variable in Coffee Shops in Aceh. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(10), 4484-4490.
- Sumiyati, S., & Yulian, R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Repurchase Intention Pada Konsumen Coffeehouse di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, 8(1). <https://doi.org/10.29406/jpr.v8i1.2565>
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. ALFABETA, cv.
- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23496.21-27>