

DAFTAR PUSTAKA

- ah, M., Ariefin, M. S., ram, M., & Qomariah, N. (2021). The Role of Cafe Atmosphere and Product Quality in Building Consumers' Trust and Loyalty. *International Journal of Economics and Management Studies*, 8(9), 44–47. <https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v8i9p107>
- Akbar, S., & Tjahjaningsih, E. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Harga Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Zabo Coffee And Resto Jombang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(April), 2192–2202. <https://journal.yrpiipku.com/index.php/msej/article/view/1477>
- Augusta, C. D., & Moko, W. (2018). Keputusan Konsumen Dalam Memilih Coffee Shop (Studi pada konsumen Coffee Toffee Kota Malang). *Universitas Brawijaya*, 6(2), 1–20. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4787>
- Aulia, W., & Zainarti. (2022). Pengaruh Aktualisasi Diri dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian di Kalamera Coffee Space Pada Generasi Milenial Kota Medan. *Jurnal Pendidikan, Sains, Sosial Dan Agama*, 8(2), 719–734. <https://doi.org/10.53565/pssa.v8i2.692>
- Auliyanti, R., Wulandari, J., & Aprilia, H. D. (2021). Analisis Suasana Toko, Kelompok Referensi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffee di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(5), 222–234. <https://jkb.fisip.unila.ac.id/index.php/jkb/article/download/103/44/>
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>

- Budiyanto, I. (2023). Pengaruh Word Of Mounth, Store Atmosphere Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Oxzy Kebumen. *Correspondencias & Análisis*, 15018, 1–23. <http://eprints.universitaspotrabangsa.ac.id/id/eprint/1167/>
- Claudya, S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Air Ro Di Ker-Ro Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan ...*, 17(2), 115–124. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=4goEma4AAAAJ&citation_for_view=4goEma4AAAAJ:M3ejUd6NZC8C
- D.Rumajar, M., L.Tumbel, A., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warkop Kemang Manado. *Djemly 266 Jurnal EMBA*, 10(3), 266–275. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/41960/37511>
- Dian Sudiantini, Gita Claudia, & Ningrum, I. C. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kopi Cinta Bekasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(06), 433–441. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i6.429>
- Dimas Aryo, & Mahmudah, F. (2021). Pengaruh Harga dan Suasana Café terhadap Keputusan Pembelian. *Global Research on Tourism Development and Advancement*, 3(2), 136–162. <https://doi.org/10.21632/garuda.3.2.136-162>
- Fatimah, S., Rosliana, L., & Sulistiani, N. W. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Konsep Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Memilih Coffeeshop Di Samarinda. *Ejurnal.Untag-Smd.Ac.Id*, 1(1), 1–8. <http://ejurnal.untag-smd.ac.id/index.php/MTV/article/view/220>
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://www.academia.edu/86315138/Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisi

s_Multivariate_Dengan_Program_SPSS_versi_19_Semarang_Universitas_Diponegoro

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://onesearch.id/Record/IOS2750.12.01.407>

Hendayana, Y., & Afifah, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *Kinerja*, 3(1), 32–46. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i1.1285>

Kartika, R. P., Aryati, I., & Widayanti, R. (2019). Pengaruh Brand Image , Gaya Hidup, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Café Tiga Tjeret Di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 14–22. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.406>

Koto, F. F., Soebijakto, G. S. A., & Adriana, E. (2023). Analisis Pengaruh Atmosfer Café Dan Customer Experience Terhadap Pengambilan Keputusan Customer Yaitu Mahasiswa Malang Dalam Pemilihan Tempat Coffee Shop Untuk Belajar. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(3), 8–19. <https://prin.or.id/index.php/cemerlang/article/view/1332>

Philip, & Sabran, B. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Ed. 13 ind). Erlangga. <https://onesearch.id/Author/Home?author=Philip+Kotler%2C+Kevin+Lane+Keller>

Prakasa, R. M. P., Purwanto, H., & Apriyanti. (2022). *Pengaruh Varian Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Coffee Shop Di Kota Madiun)September*.<http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3314>

Pratiwi, B. F. N., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kedai Kopi Ruang Temu Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*

(JPTN), 10(1), 1501–1511. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1501-1511>

Prof.Dr.Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, ISBN: 979-8433-64-10. In *Alfabeta* (Issue 465). https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1879&keywords=

Purnama, N. I., Harahap, S. H., & Siregar, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Ompu Gende Coffee. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 18–24. <https://doi.org/10.59086/jam.v1i1.4>

Putri, A., Hasnah, H., Paloma, C., & Yusmarni, Y. (2021). Perilaku Konsumen dalam Membeli Kopi di Masa Pandemi Covid-19 pada Coffee Shop Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(4), 1308–1321. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.04.32>

Putri, Y. A. (2019). Pengaruh bauran promosi dan gaya hidup terhadap minat beli pada kedai kopi serasi. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 137–144. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.84>

Rahma, A., & Yuliati, A. L. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Matahari Department Store. *E-Proceeding of Management*, 6(3), 6252–6259. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11454>

Ryan Iqbal Trysakti. (2023). *Pengaruh Suasana Toko Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulangpada Pelanggan Swalayan 88 Medan*. 65. <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/20194>

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D , (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. In *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=20670>

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. In Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/206060/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d.html>
- Suharto, G. P., & Suryoko, S. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giggie Box Cafe & Resto Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(024), 118–129. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/14547>
- Sujarweni, Wi. (2019). *Spss untuk penelitian*. Pustaka Baru Press. <https://onsearch.id/Record/IOS6.INLIS000000000024848/Description>
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18. <https://jurnal.pelitabangsa.ac.id/index.php/jmpb/article/view/322>
- Wahyu Dede Gustiawan, G. S. (2022). Gaya Hidup Konsumen Coffee Shop Di Wilayah Kota Kediri. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 477–487. <https://journal.yrpiaku.com/index.php/msej/article/view/469>
- Widiyanti, D., & Harti, H. (2021). Pengaruh Self-Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Kekinian Pada Generasi Milenial Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 50–60. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.50-60>
- Wijaya, A. S. (2019). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Sahabat Kopi Di Wilayah Ciputat). *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(1), 2–6. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/34842>