

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Aisah, I. N., & Wahyono, W. (2018). *Influence of Store Atmosphere, Product Knowledge and Brand Image toward Purchase Decision through Word of Mouth*. *Management Analysis Journal*, 7(2), 189-200.
- Alma, H. Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). *The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)*. *A (Multidisciplinary Journal) ISSN*.
- Berman, Barry, Joel R. Evans, & Patrili Chatterjee. (2018). *Retail Management A Strategic Approach* Edisi 13. Global Edition. UK: Pearson.
- Cannon, Joseph P., Perreault, Jr. William D., McCarthy, E. Jerome. (2008). *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. Edisi Keenam Belas. Salemba Empat. Jakarta.
- Davis, Bernard., Lockwood Andrew., Alcott, Peter., Pantelidis, Ioannis S. (2008). *Food and Beverage Management*. UK: Butterworth-Heinemann Elsevier Ltd.
- Ekarina. *Katadata.co.id*. (2020). *Berita Tren Bisnis Kedai Kopi 2021: Harga Makin Terjangkau, Kualitas Bersaing*. Diakses pada 09 November 2020. <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5fa93cddb3869/tren-bisnis-kedai-kopi-2021-harga-makin-terjangkau-kualitas-bersaing>
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi 4. BP-UNDIP. Semarang.
- Hair J, J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis (Seventh Ed)*. *United States of America: Pearson Education Limited* 2014. Retrieved from www.pearsoned.co.uk
- Hismuddin, M. H., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Mahkota Gresik (Studi Kasus Pada Konsumen Swalayan Mahkota)*. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(10).

International Coffee Organization. ICO. (2021). *Trade Statistics Tables: World Coffee Consumption*. Diakses pada Agustus 2021. <https://www.ico.org/>

Jiwa Group. (2021). Publikasi Janji Jiwa Meraih TOP BRAND AWARD 2021. Diakses pada 06 April 2021. <https://jiwagroup.com/id/whaton/detail/6/JANJIJIWAMERAIHTOPBRANDAWARD2021>

KOMPAS.com. (2019). Berita Jelang Pergantian Tahun, Kopi Janji Jiwa Raih Rekor MURI. Diakses pada 23 Desember 2019. <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/12/23/174346920/jelang-pergantian-tahun-kopi-janji-jiwa-raih-rekor-muri?page=all>

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2016). *Principles of Marketing*, Global Edition, 16th Edition. United States of America: Pearson Education.

Kotler, P., & Kevin, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.

Kurnain, R. N., & Marlina, N. (2021). PENGARUH *CAFE ATMOSPHERE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN FRUTS CAFE SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1279-1285.

Levy, M., Weitz, B. A., & Grewal, D. (2014). *Retailing Management*, 9th Edition. New York: McGraw-Hill Education.

Lovelock, Christopher. & K. Wright, Lauren. (2005). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.

Mastinah, S., Lukitaningsih, A., & Maharani B. D. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere, Mood, Dan Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Café Legend Coffee Yogyakarta). *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan dan Akuntansi*, 2(1), 20-27.

Mehta, Cyrus R. & Patel, Nitin R. *IBM SPSS Exact Tests*, Copyright SPSS Inc: 1989, 2010

Meiyanto, A., & Prabawani, B. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kafe Salwa House Sirojudin Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 332-345.

- Muhlisin, D., & Ekasari, N. (2020). MODEL *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PRODUK DALAM MEMBENTUK KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA GERAI J.CO DONUTS & COFFEE DIKOTA JAMBI. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(2), 64-77. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i2.12036>
- Nasihin, M. A., Subagyo, S. E. F. S., Erfariani, S. A., & Farida, S. N. (2020). STRATEGI BISNIS ERA NEW NORMAL PADA KEDAI KOPI DI SURABAYA (Studi Kasus Pada Beby's Coffee di Jalan Srikana Timur No. 44 Surabaya). *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 76-88.
- Nugroho, R. W., Triyani, D., & N.S.S, L. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Café Rillfians & Bistro Pati. *Solusi*, 18(2).
- Pratiwi, N. M. I., & Yasa, N. N. K. (2019). *The Effect Of Store Atmosphere, Social Media Marketing, And Lifestyle On Purchase Decisions On Consumers Of The Alleyway Cafe. European Journal of Management and Marketing Studies*, 4(4), 85–100. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3592913>
- Purnama, P. A., Maryam, S., & Burhannudin, A. Y. (2020). Budaya, *Store Atmosphere* Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Pembelian Batik Di Toko Kawasan Kampung Batik Laweyan. *Jurnal Widya Ganecwara*, 10(4).
- Purnomo, A. (2017). Pengaruh *Cafe Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Gen Y pada Old Bens Cafe. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), 133-144. <https://doi.org/10.28932/jmm.v16i2.384>
- Rais, Wan. Padang.go.id. (2021). Berita 45 Persen Sektor Ekonomi Pariwisata Padang Bersumber Dari Kuliner. Diakses pada 06 Oktober 2021. <https://www.padang.go.id/45-persen-sektor-ekonomi-pariwisata-padang-bersumber-dari-kuliner>
- Rosanti, N., Salam, K. N., & Panus. (2021). *The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365-375.
- Sanjaya, I. P. A. A., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). *Product Quality influence, Word Of Mouth and Internet Marketing toward Purchasing Decisions (Study on Consumer Karakter Coffee Shop in Denpasar). American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(3), 159-163.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior (11th ed.)*. Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building*

- Setiawan, P. A., & Rastini, N. M. (2021). *The Effect of Product Quality, Service Quality, and Atmosphere Stores on Customer Satisfaction and Its Impact on Repurchase Intention*.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy., & Gregorius Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Vicky, V. (2019). *PENGARUH FOOD QUALITY, BRAND IMAGE, STORE ATMOSPHERE TERHADAP PURCHASE DECISION PADA CAFE CALIBRE*. *Agora*, 7(2).
- Wirtz, Jochen and Christopher Lovelock. (2016). *Services Marketing People Technology Strategy 8th Edition*. New Jersey: World Scientific. (2017). *Essentials of Services Marketing 3rd Global Edition*. Harlow: Pearson.
- Wulansari, E. dan T. Sudarwanto. 2014. *Pengaruh Cafe Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pos Shop Coffee Toffee Simpang*, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, (2) 3.
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). *PENGARUH STORE'S ATMOSPHERE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NICK COFFEE*. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1-14.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>
- Zaini, A., Arifin, R., & Khalikussabir, K. (2020). *Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Layanan, Atmosphere, Kualitas Produk, Lokasi, dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Pada D'Kovi Turen*. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(05)