

Daftar Pustaka

- Ali, M. M., Hariyati, T., Yudestia Pratiwi, M., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *Education Journal*, 2(2).
- Cahyo, R. N., & Budiyanto, A. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jkt Sneakers Bogor. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 1523–1535. <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- Dandi, L., Afwa, A., & Hasan, H. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Social Media Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Pekanbaru (Studi Kasus Rehat Coffe) The Influence Of Store Atmosphere And Social Media Promotion On Purchase Decisions At Coffee Shop In Pekanbaru (Case Study Rehat Coffe). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 158–166.
- Dr. M. Anang Firmansyah. (2018). *Prilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Fauzana, H. M., & Asnur, L. (2023). Pengaruh Variasi Menu Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Karsa Kafe Padang. *Jurnal Daya Saing*. <https://api.semanticscholar.org/Corpusid:266345495>
- Filus Fredik, T., & Indra Dewi, S. (2018). Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. In *Jisip* (Vol. 7, Number 2). www.publikasi.unitri.ac.id
- Firmansyah, M. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*.
- Hidayah, C. I. N., & Aryanto, V. D. W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Coffee Shop Purun Kopi Di Purwodadi). *Economics And Digital Business Review*, 5(1), 373–383. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i1.1030>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R*. Springer.

- Hair, J. dan Alamer, A. (2022) '*Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language dan education research: Guidelines using an applied example*', *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), p. 100027. Available at: <https://doi.org/10.1016/J.RMAL.2022.100027>.
- Hussain, Riaz, M. A. (2015). Effect Of Store Atmosphere On Consumer Purchase Intention. *International Journal Of Marketing Studies*, 7. <https://doi.org/10.5539/ijms.V7n2p35>
- Indah, C., Hidayah, N., Didiek, V., & Aryanto, W. (2024). Economics And Digital Business Review Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Coffee Shop Purun Kopi Di Purwodadi). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Instagram Terhadap Keputusan...*, 5, 373–383.
- Khong, R., & Salim, S. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram, Citra Merek, Dan Variasi Menu Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Restoran Wowrung.Id Medan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi Digital Publikasi Oleh: Yayasan Literasi Emas Nusantara*, 1(1).
- Kojongian, A. S. C., Tumbel, T. M., Walangitan, O., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2022). *Pengaruh Variasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.Id Pada Media Sosial Instagram* (Vol. 3, Number 2).
- Panjaitan, R. K. (2023). Pengaruh Promosi Sosial Media Instagram Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kopi Janji Jiwa Medan. *Encyclopedia Of Tourism Management And Marketing*. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.Coffee.Shop>
- Perwithasari, R., & Kurniawan, M. (2022). Analisis Sosial Media Instagram Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Bilik Tropical Sepatan. *Dynamic Management Journal*, 6, 160. <https://doi.org/10.31000/Dmj.V6i2.6905>
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*.
- Prakasa, R. M. P., Purwanto, H, Dan A. (2022). *Pengaruh Variasi Menu, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*.
- Sari, E. N. 2021. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kong Djie Cafe Pekanbaru*.

- Subhaktiyasa, P. G. 2024. "Menentukan Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. , 9(4), 2721–2731." *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill- Building Approach* (7 Th). Wiley.
- Setiowati, E. P., Surveyandini, M., & Pahlevi, A. (2024). *Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Gaya Hidup, Dan Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Rita Supermall Purwokerto*.
- Sihombing M, Arifin M, & M. M. (2022). Pengaruh Varian Menu, Harga, Dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business*.
- Sihombing, P., Muslianti, D., & Yunita, Y. (2022). Apakah Dana Desa Dan Fungsi Belanja Apbd Mampu Mengatasi Kemiskinan Di Indonesia? *Jurnal Ekonomi Dan Statistik Indonesia*, 2, 236–243. <https://doi.org/10.11594/Jesi.02.02.12>
- Siti Rosmayati Sst., M. M, Acai Sudirman, S.E., M. M., Anne Haerany, S.E., Me. S., Opan Arifudin, S.Pd., M. P., Khairul Rijal, S.E., M.Ag., M. B. A., Syafika Alaydrus., S.Farm, M.Si., A., Fenny D. Rusmana, S.E, Ak., M. K., Dr. (C) Syamsuriansyah, Mm., M. K., Ita Musfirowati Hanika S.A.P, M. I. K., & Lucky Nugroho, S.E. M.M., M.Ak., M. C. M. (2020). *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital*.
- Timo, F. (2021). *The Influence Of Menu Variations And Service Quality On Guest Satisfaction At Hotel Victory Kefamenanu Pengaruh Variasi Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Victory Kefamenanu*.
- Tondang, G. A., Lathief, M., Nasution, I., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). *Rumpun Ekonomi Syariah*.
- Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). Electronic Word Of Mouth, Promosi Melalui Media Instagram Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*.
- Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (N.D.). Electronic Word Of Mouth, Promosi Melalui Media Instagram Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 115–124.

Wisesa, I. S. (2023). *Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Hakui Coffe Tulungagung.*

Yunika, N. L., Suardhika, I. N., & Atmaja, N. P. C. D. (2025). Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Pangeran Ubud. *Emas*, 6(5), 1008–1019. <https://doi.org/10.36733/Emas.V6i5.6623>

