

DAFTAR PUSTAKA

- Aboiron, J. (2016). Influence of Store Atmosphere on The Shopper's Behavior: The Case of Yves Rocher. 2155-7950.
- Abdullah, T., dan Francis, T. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo.
- Annur, C. M. (2023, 03 13). *Databoks: Produksi Kopi di Indonesia Meningkat, Capai 794 Ribu Ton pada 2022*. Diambil kembali dari Databokd Link:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/13/produksi-kopi-indonesia-meningkat-capai-794-ribu-ton-pada-2022>
- Azizah, S., dan Prasetio, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan di Instagram, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kanz Coffee & Eatery).
- Azizah, Z., Hanafi, A. H., dan Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Pelanggan di Kule'a Coffee di Kecamatan Sukrame Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 1-9.
- Benhardy, K. A. et al. (2020). Brand Image and Price Perceptions Impact on Purchase Intention: Mediating Brand Trust. *Management Science*, 3425-3432.
- Bougie, R., dan Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan dan Keahlian. Edisi Enam Buku Dua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Diana, R., dan Bahgie, W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi terhadap Minat Belidi Serba Ada Takengon. *Jurnal Kebangsaan*, 32-39.
- Francioni, B., Savelli, E., dan Cioppi, M. (2018). Store Atmosphere and Store Loyalty: The Moderating Role of Store

- Atmosphere . *Journal of Retailing and Consumer Service*, 333-341.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indika, D.R., dan Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen.
- Jackie, J. et al. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Purchase Intention di Teko Healthy Resto Medan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 167-175.
- Kartika, M. D., dan Syahputra. (2017). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada *Coffee Shop* di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, 162-172.
- Kotler, P., dan Keller, L. K. (2016). *Marketing Management*. United States: Pearson Education.
- Kristiana, M. (2017). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Café Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa).
- Maria, S., Pusriadi, T., Hakim, Y. P., & Darma, D. C. (2019). The Effect of Social Media Marketing, Word of Mouth, and Effectiveness of Advertising on Brand Awareness and Intention to Buy. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(2), 107.

- Mulyaputri, V. M. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 91-101.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 1-6.
- Prasetio, A. et al. (2022). The Role of Instagram Social Media Marketing Activities and Brand Equity Toward Airlines Customer Response. *International Journal of Data and Network Science*, 1195-1200.
- Prameswari, R. D., dan Giri, R, R,W.(2022). The Effect of Sosial Media Marketing Activities on Purchase Intention with Brand Awareness, Brand Image, Brand Equity as Intervening Variables on Kopi Janji Jiwa in Bandung City. *International Journal of Social Science and Management Review*, 72-87.
- Ramadhanti, R. et al. (2020). Determining Customer Reliationship Management Strategi with Customer Personality Analysis Using Ontology Model Approach. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 20(2), 95.
- Riyanto, A. D. (2022, 02 15). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Diambil kembali dari Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati. (2021). Pengaruh Media Sosial, Lokasi, dan Store Atmosphere terhadap Niat Beli di Cafe. *Jurnal Ilmu Manajemen* , 1173-1183.

- Sutrisno, A. P., dan Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @HumasBdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 118-133.
- Tumpuan, A. (2020). Peranan Aplikasi Go Food terhadap Perkembangan Bisnis Kuliner. *Jurnal Pariwisata*, 26-30.
- Vizano, N. A., Khamaludin, K., dan Fahlevi, M. (2021). The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance*, 0441-0453.
- Widodo, T., dan Wildaniati. (2021). The Influence of Price and Store Atmosphere on Cafe Customer Satisfaction in Bengkalis (Case Study at Bikin Betah Cafe). *Jurnal Inovasi Bisnis*, 33-38.