

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Sanusi. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis. Salemba Empat, Jakarta.*
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa.
- Amrita, W. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Art Shop Surya Silver. *Jurnal Manajemen, 2.*
- Azahari, A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis, 1(4), 553-564.*
- Eli Achmad Mahiri. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjarn. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen, 11(3), 227-238.*
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Citra Merek (Planing & Strategi).*
Surabaya: CV. Qiara Media.
- Firmansyah, S., & Setiyarini, T. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Material Bangunan UD. Jaya Abadi Di Sampang. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM), 1(2).*
<https://doi.org/10.21107/jkim.v1i2.11592>

Kartikasari, D., Arifin, Z., & Hidayat, K. (n.d.). *PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.

Mahmudan, A. (2022a, June 9). Daftar Kedai Kopi Lokal Terfavorit di Indonesia. *DataIndonesia.Id*.
<https://dataindonesia.id/Ragam/detail/daftar-kedai-kopi-lokal-terfavorit-di-indonesia>.

Mahmudan, A. (2022b, June 11). Meracik Wanginya potensi Kopi Asli Indonesia. *DataIndonesia.Id*.
<https://dataindonesia.id/sektorriil/detail/meracik-wanginya-potensi-kopi-asli-indonesia>

Prabowo, D. A., & Hasanah, A. S. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Marlina Kopi Lemahsugih*.

Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi Di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4).

Rambat, L., & Ridho, B. . I. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis. Salemba Empat, Jakarta*.

Sari, E. N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Kong Djie Café Pekanbaru, *Volume 1 Nomor 2 Tahun 2021*

Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). *PENGARUH*

KUALITAS PRODUK DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AMONDEU. *PERFORMA*, 5(1), 63–71.

<https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>

Solihin, D., & Setiawan, R. (2021). The Influence of Brand Image and Atmosphere Store on Purchase Decision for Samsung Brand Smartphone with Buying Intervention as Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2).

Sugiyono, P. (2016). Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi). *Bandung: Alfabeta Cv.*

Tanjung, A. (2020). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 05(03).

Tirtaatmaja, D. I., Tampi, J. R. E., & Punuindoong, A. Y. (2019). Pengaruh BrandImage dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza pada PT. Hasjrat Abadi Tendea Manado. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 9(1), 90. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23704.90-95>

Wahidun, A. (2016). ANALISIS ATRIBUT PRODUK SAMSUNG DAN ASUS MENGGUNAKAN METODE MULTIDIMENSIONAL SCALING (MDS) DI BANDAR LAMPUNG. 02.

Wahyuningsih, Y., Pratisti, C., Yusa, V. D., & Paramitasari, N. (2022).

Perspektif Green Packaging Dan Green Advertising Dalam Mengkonsumsi AMDK.

Widodo, S. (2022, June 11). Rangkuman Data SEPUTAR Produksi Kopi

Indonesia dan potensi bisnisnya. *Bisnis.Com*

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20220611/99/1542528/rangku>

man-data-seputar-produksi-kopi-indonesia-dan-potensi-bisnisnya