

## Daftar Pustaka

- Adrian Gae Lomi 2016. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat beli ulang Kartu Perdana XL Axiata di Semarang*. Diponegoro Journal of Management. Vol.6 (No.2): pp 1-11.
- Ai Lili Yulianti (2017). Pengaruh Ewom, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Jevera Coffee And Eatery. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 282-297.
- Ari, K. (2022). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan *Brand Image* Terhadap Sikap Dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset*.
- Aswin, Rafiq M. Yan Aditiya P. Rini S. (2022). Perilaku Online Impulse Buying pada Marketpalce Shopee. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat, Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya*, 81.
- Barry Berman dan Joel Evans, 2014. Pengaruh *Store atmosphere* terhadap Minat Beli Konsumen pada Resort Cafe Atmosphere Bandung.” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 17, no. 2 (2013)
- Bob sabran (2012). Pengaruh Suasana Toko (*Store atmosphere*) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida Tahun 2014. *Jurnal pendidikan ekonomi Undiksha*, 4(1).
- Firdayulia 2021. “*Electronic Word of Mouth (E-WoM)* dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya”. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia. 218-230.
- Hasan (2010). Peran Kepercayaan Merek Memediasi *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 44-54.

- Koesoemaningsi (2013). Pengaruh Iklan Televisi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal” Wardah”(Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Malang) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Kotler, Philip. 2014. Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jilid 2. Prenhalindo. Jakarta
- Krisito, R. E., Yacob, S., & Yuniarti, Y. (2020). Pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Lucky Coffee Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(3), 125-130.
- Lachram 2020. “Pengaruh *Electronic Word-Of-Mouth* Di Media Sosial Twitter. Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Hoka. Hoka Bento (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Nopendra, N., Wijaya, R., & Andharini, S. N. (2022). *The Effect of Product Quality, Store atmosphere, and Promotion on Purchase Decisions at Hagaa Coffee Shop Malang. Jamanika*, 2(2), 92-101.
- Pebriyanti, N. K. L., Hartati, P. S., & VS, N. N. A. A. (2022). Pengaruh Promosi Online dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(1), 73-81.
- Rafiq M. dan Aswin. (2015). Analisis Dampak Penerapan Manajemen Mutu ISO 9001:2008 Terhadap Kualitas Pelayanan Akademik Perguruan Tinggi Di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Darmajaya, Vol 1 No 2*.
- Ratih, P. A. R., & Rahanatha, G. B. (2020). *The role of lifestyle in moderating the influence of sales promotion and store atmosphere on impulse buying at Starbucks. American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(2), 19-26.
- Sanusi, A. 2017. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba empat
- Septian Galih Nugroho (2019). Pengaruh *Store atmosphere* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Coffee Shop Peh Kopi Kediri. *Jurnal. Aplikasi Bisnis, Vol. 5 No. 2*
- Sezgin, M. 2014. The Influence *Store atmosphere* to Repurchase Intention Towards Consumer Emotion and Purchase Decision. *Journal of Bussiness Economic*

- Sri Wahyuni dan Sugen Raharjo (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen, *Store atmosphere* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aditi Coffee House & Space Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 18(1), 71-86.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Utami Christina W, 2010. Manajemen Ritel. Edisi Kedua. Salemba Empat, Jakarta.
- Viola D. Y. dan Anugrah L. H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Dalam Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Rivero Di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah FE-UMM, Vol 12 No.*
- Viranti, M. S. (2012). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (Ewom)* Di Social Media Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Skripsi Universitas Indonesia.*
- Wibasuri, A. (2020). *Measurement Social Media Marketing* dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat, Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya.*
- Wibasuri, A. (2022). Sikap Konsumen Dengan Penerimaan Teknologi (TAM) Terhadap Penggunaan Marketplace Online di Indonesia. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat, Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, 1.*