

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Mimi. S., & Daniaty, F. (2017). Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Di Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 124–131. <https://doi.org/10.24912/Je.V22i1.186>
- Ajzen, I. 1985. From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl and J. Beckmann (Eds), *Action control: From cognition to behavior*. Berlin, Heidelberg, New York: Springer-Verlag.
- Apriyadi, A., Muslihat, A., & Siregar, S. (2021). *Pengaruh store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada cafe limasan The effect of store atmosphere and service quality on purchasing decisions at cafe limasan*. 23(3), 421–430.
- Berman, Barry dan Evan. 2014. *Retailing Management*. Dialih bahasakan oleh Lina Salim, 12<sup>th</sup>. Edition. Jakarta: Pearson.
- Cooper, Donald R dan C. William Emory. 1996. *Metodologi Penelitian Bisnis* Jilid 1 Edisi kelima. Jakarta: Erlangga.
- Dataindustri.com. Tren Data Industri Makanan dan Minuman. Diakses pada Jum'at, 30 April 2021 pukul 09.26 WIB, dari <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>
- Dataindustri.com. Tren Data Industri Makanan dan Minuman 2011-2021. Diakses pada Selasa, 26 April 2022 pukul 19.32 WIB, dari <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>
- Detikfood.com. (2019, 24 Juli). Di 'Susu Moeria' yang Berusia 81 Tahun Ini Masih Bisa Minum Susu Sapi Murni. Diakses pada 20 Maret 2021, dari <https://food.detik.com/info-kuliner/d-4637288/di-susu-moreia-yang--berusia-81-tahun-ini-masih-bisa-minum-susu-sapi-murni>.
- Francioni, B., Savelli, E., & Cioppi, M. (2018). Journal of Retailing and Consumer Services Store satisfaction and store loyalty : The moderating role of store atmosphere. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43(April), 333–341. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.05.005>
- Ghozali, Imam. 2006. Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gramanda, M., Malisan, P., & Hidup, G. (2021). *Trend Ngopi Sebagai Gaya Hidup Baru*. *Journal Sosiatri-Sosiologi*. 9(2), 122–136.

- Hardikoesoemo, M., & Harjanti, D. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Sales Promotion Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Oke Listrik Jember. *Jurnal Agora* 9(2).
- Irawan, A., & Masreviastuti. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kelompok Referensi terhadap keputusan pembelian di cafe bengkel kediri. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 207.
- Kontand.co.id. (2021, 18 Maret). Sri Mulyani: Industri kuliner jadi penyumbang terbesar pertumbuhan ekonomi kreatif. Diakses pada Minggu, 25 Oktober 2021 pukul 21.45, dari <https://nasional.kontan.co.id/news/sri-mulyani-industri-kuliner-jadi-penyumbang-terbesar-pertumbuhan-ekonomi-kreatif>.
- Kotler, P. (2001). Atmospheric as a marketing tool . In *Journal of Retailing*, 49(4), 48-64.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi ke 13. Terjemahan oleh Benyamin Molan. PT Indeks. Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran., Edisi ke 13. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. PT Indeks: Jakarta.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gery. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Bob Sabran (Ed.); 12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P and Armstrong, G,2014. Principles of Marketing. 15th Edition, Pearson Education Limited.
- Liwe, F. (2013). Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(April), 2107–2116.
- Levy, Michael, & Weitz, Bortom A, 2001, Retailing Management, Fourth edition, Richard D. Irwin Inc.
- Levy, Michael and Barton Weitz. 2001. Retailing Management. International Edition. Edisi 4 New York: McGraw-Hill.
- Made, L., Rahayu, P., Abdillah, Y., Mawardi, M. K., Administrasi, F. I., & Brawijaya, U. (2017). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen ( Survei Pada Konsumen The Body Shop Di Indonesia Dan Di Malaysia )*. 43(1), 121–131.

- Pamulang, U. (2021). *Pengaruh Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Kopi Jaelansky Pamulang*. Jurnal Perkusi. 1(1), 37-42.
- Paul, J Peter dan Jerry C. Olson. (2000). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Paul, J Peter dan Jerry C. Olson. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Ninth Edition. New York: MC Graw.
- Pragita, A. A., & Kumadji, S. (2016). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Emosi Dan Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian. Jurnal Profit ,7(1), 1–11.
- Priadi, D. R., & Samboro, J. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Bossku Kediri*. Jurnal Aplikasi Bisnis. 6 (1), 129–133.
- Putra, A. P., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Coffee Culture Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(3), 1349–1355.
- Putri, L. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Monopoli Cafe And Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 15(2), 84724.
- Rachmawati, K. D., & Patrikha, F. D. (2021). *Pembelian Di Pesen Kopi Kota Bojonegoro*. 15, 182–189. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i2.24590>
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Edisi Ketujuh. Cetakan Keempat. Jakarta: PT. Indeks.
- Schlosser, A. E. (1998). *Applying The Functional Theory Of Attitudes To Understanding The Influence Of Store Atmosphere On Store Inferences Applying The Functional Theory Of Attitudes To Understanding The Influence Of Store Atmosphere On Store Inferences*. 7(4), 345–369.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D* (25th Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitasn Bisnis* (S. Y. Suryandari (Ed.); 3rd Ed.). Cv Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna V. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Suryani, C. D., & Kristiyani, D. N. (2021). Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup

Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffee Shop Di Kota Salatiga. *PRecious: Public Relations Journal*, 1(2), 177–201.

susumoeria.com. 2019. *Our Story*. Diakses pada November 2021 dari <https://susumoeria.com/our-story/>.

Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.

Wilujeng, S., & Mudzakkir, M. F. (2015). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang. *Jurnal Modernisasi*, 11(2), 93–107.