

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L. C., & Suprihhadi, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Sosial Media, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Babeh Street Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(12).
- Auliyanti, R. (2021). Analisis Suasana Toko, Kelompok Referensi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffee di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(5), 13-13.
- Bilson, Simamora. (2003). Membongkar Kotak Hitam Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bilson, Simamora, 2013, Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- De Lozier, M. W. and Lewison, D. M. 1994. Retailing: Cases and applications (3rd ed). Columbus. OH, Merrill.
- Fahimah, F. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengunjung Di Madam Wang Secret Garden Cafe Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, Metodologi Penelitian Sosial, Jakarta : Bumi Aksara
- Khalila, V. G. (2018). *Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Starbucks Coffee Bintaro Xchange Tangerang Selatan* (Doctoral dissertation, Universitas Satya Negara Indonesia).
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Maretha, V., & Kuncoro, E. A. (2011). Pengaruh Store Atmosphere dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Buku Gramedia Pondok Indah. *Binus Business Review*, 2(2), 979-991.

- Mowen, J. C., & Minor, M. S. (2012). *Consumer Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Nesia, J., & Farochi, C. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Pada Morning Glory Cafe Kesatriaan Bandung Tahun 2017). *eProceedings of Applied Science*, 3(2).
- Rahayu, E. S., & Nursanta, E. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian J. Co Donuts & Coffee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(1), 1-10.
- Rossita, N. (2010). *Pengaruh lingkungan toko terhadap keputusan pembelian konsumen (studi pada pembeli produk daur ulang di toko Daoer Oelang-Malang Town Square)* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).
- Sari, F. S. W., Rahayu, Y. I., & Zulkifli, Z. (2022, December). Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Serta Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Cokelat Klasik Cafe Cabang Malang). In *Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB)* (Vol. 3, No. 1, pp. 1054-1064).
- Sari, L. P., Suryoko, S., & Widiartanto, W. (2016). Pengaruh Store Image, Store Atmospheric, dan Store Theatrics Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Amarta Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 18-28.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Wijaya, C. H. (2013). Pengaruh Store Image, Store Atmospheric, dan Store Theatrics Terhadap Purchase Intention Pada The Body Shop Galaxy Mall Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 2(4).
- Yudatama, Aditya. (2012). Pengaruh Store Image, Store Atmospheric, Store Theatrics, dan Social Factors Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Kasus Pada Luwes Pasar Swalayan Ungaran). Skripsi. Universitas Diponegoro.

Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store'S Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1-14.