

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas M. Kaplan, & Michael Haenlein. (2010). Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Soscial Media. *Business Horizons*, 53.
- Apriyadi, A., Muslihat, A., Siregar, S., Ekonomi, F., & Karawang, S. (2021). Pengaruh store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada cafe limasan. *FORUM EKONOMI*, 23(3), 421–430.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Ayudia, T., Musa, P., Halid, A., & Adam, E. (2023). *PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK STIK LABU MADU LABUQU* *The Influence Of Instagram Social Media Promotion On The Decision To Purchase Labuqu Honey Pumpkin Stick Products*. 49, 2024–2236.
- Banu Swastha, & Irawan. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern* (2nd ed.). Liberty.
- Barry Berman, & Joel R. Evans. (2012). *Retail Management; A Strategic Approach* (11th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Christian Bernard Gunawan, & Syahputra. (2020). Analisis Perbandingan Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop di Bandung. *Jurnal Manajemen Maratha*, 20.
- Cooper, & David. (1996). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Erlangga.
- Danang Sunyoto. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Caps.
- Dasmadi. (2022). The Effect of Store Atmosphere and Social Media Marketing on Purchase Decisions on Consumers of the Damandiri Cafe. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.0>
- Sukmawati Dewi, K., & Cecep Hermana, H. (n.d.). Pengaruh Promosi Sosial Media dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Februari, 2023(4), 264–274.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7678640>

- Elmi Krisito, R., Yacob, S., & Yuniarti, Y. (n.d.). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Lucky Coffee Kota Jambi. In *Jurnal Dinamika Manajemen* (Vol. 8, Issue 3).
- Fandi Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). CV Andi.
- Gunelius, & Susan. (2011). *30-Minutes Social Media Marketing: Step-By-Step Techniques to Spread the Word about Your Business E-Book*. McGraw-Hills Company.
- Hawkins, D. I., & David L. Mothersbaugh. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11th ed.).
- J. Paul Peter, & Jerry C. Olson. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (9th ed.). Penerbit Salemba.
- J. Paul Peter, & Jerry C. Olson. (2013a). *Consumer Behaviour Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Vol. 4). Erlangga.
- J. Paul Peter, & Jerry C. Olson. (2013b). *Consumer Behaviour Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Erlangga.
- John C. Mowen, & Michael Minor. (2012). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Erlangga.
- Kotler, & Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- M. Salafudin. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Samarinda. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Samarinda*.
- Maulana, I., Tinggi, S., Bima, I. E., & Aprianti, K. (2021). PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE FIX LA LUNA KOTA BIMA. In *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 21, Issue 3).
- Michael Levy, & Barton Weitz. (2007). *Retailing Management* (4th ed.).
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2006). *Principles of Marketing* (12th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Phillip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Erlangga.

- Phillip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Phillip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Schiffman Leon, & Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen* (2nd ed.). PT Indeks Gramedia.
- Soefhwan, & Kurniawati. (2022). Pengaruh social media marketing, product quality, dan store atmosphere terhadap purchase intention dengan brand image sebagai variabel mediasi pada coffee shop di Aceh. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10).
<https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Widya Amrita, J., & Manajemen, J. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Repurchase Intention Putu Krisna Adwitya Sanjaya (2) Mirah Ayu Putri Trarintya (3) (1)(2) (3. *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 431–442.