

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, D. M., Mandala, A. A., & Basri, M. B. H. (2021). Effect of Brand Awareness and Brand Loyalty on the Purchase Decision of Adidas Brand Sport Shoes by Bandung City Adidas Lovers. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 605–614.
- Adrianto, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 55–61.
- Afiani, D. (2019). Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Stars. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(3), 522–525. <https://doi.org/10.26740/jptn.v7n3.p%25p>
- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The Influence Of Discount Framing Towards Brand Reputation And Brand Image On Purchase Intention And Actual Behaviour In E-Commerce. *Procedia Computer Science*, 161(1), 851–858. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Amelia, D., Karina R, N. S., Sinuraya, B. J., & Rahmat, R. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. JNE Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 7(1).
- Anggraeni, Y., & Setiawan, H. (2022). Dampak Suasana Toko terhadap Citra Merek dan Niat Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 88–101.
- Ardiansyah, A., & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Diskon dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Shopee (Studi Kasus Mahasiswa STIE Bima). *Jurnal Akuntansi*, 5(2), 136. <https://doi.org/10.30736/.v5i2.315>
- Avriani, P., Trihudiyatmanto, M., & Purwanto, H. (2021). Citra Merk: Memediasi Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 1(1), 49–59. Diambil dari <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jamasy/article/view/2322>

- Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w6dt5>
- Belinda, M. L. (2019). *Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening pada Cafe Coffee Toffee di Surabaya*. Skripsi. Widya Mandala Catholic.
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail management: A strategic approach*. Pearson Education Limited.
- Borota, D. (2019). Caffeine: Memory Enhancer? Diambil 4 Juli 2024, dari <http://dailynutritionreview.com/blog/2014/03/10/caffeine-memory-enhancer/>
- Das Guru, R. R., & Paulssen, M. (2020). Customers' Experienced Product Quality: Scale Development And Validation. *European Journal of Marketing*, 54(4), 645–670.
- Diko, N. F., Saleh, S. E., Mahmud, M., Hafid, R., & Hasiru, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Ratu Meubel di Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(3), 2321–2334. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.3.2321-2334.2022>
- Diputra, I., & Yasa, N. N. (2021). The Influence Of Product Quality, Brand Image, Brand Trust On Customer Satisfaction And Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(1), 25–34. Diambil dari <https://www.aijbm.com/wp-content/uploads/2021/01/E412534.pdf>
- Efendi, N., Ginting, S. O., & Halim, J. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(2), 102–112. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i2.2965>
- Fadli, A., Cakranegara, P. A., Novirsari, E., Amalia, F., & Tambunan, D. (2022). *Memahami Keputusan Pembelian Kopi Konsumen*. Jakarta: Global Aksara Pers.
- Febrianti, A. S. (2022). *Pengaruh Brand Image, Product Quality, Social Media, Store Atmosphere, Terhadap Purchase Decision (Survei pada konsumen*

- Melipir Coffee Yogyakarta*). Yogyakarta: UPN Veteran Yogyakarta.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gulliando, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Layanan Telkomsel*. Jakarta: Universitas Mercu Buana Jakarta-Menteng.
- Hair, J. F. J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, J. J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Washington DC: SAGE Publications, Inc.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian (Konsep Dasar dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2.8. dalam Riset Bisnis)*. Jakarta: Inkubator Penulis Indonesia.
- Handayani, L. S., Wirastomo, J. T., & Widodasih, W. K. (2020). Keputusan Pembelian: Word of Mouth, Kualitas Produk, dan Harga. *Jurnal Pelita Ilmu*, 14(2), 31–45.
- Haqiqi, F., & Khuzaini, K. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Atmosfer Toko dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *JIRM: Jurnal Ilmiah dan Riset Manajemen*, 9(4).
- Hidayat, R., & Wulandari, S. (2021). Pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Toko Ritel. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 9(3), 230–245.
- Htoo, T., & Khaing, S. T. (2021). Factors Affecting Consumer-Buying Behavior and Buying Decision on Local Coffee. *The Myanmar Journal*, 8(2), 69–84.
- Jahroni, Sinambela, E. A., Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2021). Pengaruh Citra Toko, Suasana Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 10234–10241.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian

- Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 44–54.
<https://doi.org/10.35797/jab.v8.i1.44-54>
- Kusuma, P. I. P., & Sukaatmadja, I. P. G. (2023). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kopi Jenar Denpasar. *Jurnal Harian Regional*, 12(11), 1142–1162.
- Lestari, M., & Wahyono. (2021). The Influence of Celebrity Endorser and Online Promotion on Purchase Decision Through Brand Image. *Management Analysis Journal*, 10(2), 198–211.
- Mappesona, H., Ikhsani, K., & Ali, H. (2020). Customer Purchase Decision Model, Supply Chain Management And Customer Satisfaction: Product Quality And Promotion Analysis. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(1), 592–600.
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1077–1086. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35296>
- Naini, N. F., Santoso, S., Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah, N. (2022). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction On Customer Loyalty. *Journal of consumer sciences*, 7(1), 34–50.
<https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>
- Nasution, R. H., & Safina, W. D. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Product Quality Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bel Medan Johor. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(2), 165–177.
<https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.145>
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 50–57.
<https://doi.org/10.61567/jmmib.v2i1.36>
- Nurhasanah, S., & Dewi, C. (2019). The Emergence Of Local Coffee Shops In Indonesia As A Counter To American Culture Hegemony. *Rubikon: Journal of Transnational American Studies*, 6(1), 1–11.

- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merek sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(2), 1374–1400. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i3.p8>
- Plumeyer, A., Kottemann, P., Böger, D., & Decker, R. (2019). Measuring Brand Image: A Systematic Review, Practical Guidance, And Future Research Directions. *Review of Managerial Science*, 13(1), 227–265. <https://doi.org/10.1007/s11846-017-0251-2>
- Praditya, R. A. (2024). The Role Of Service Quality, Product Quality, Location And Product Innovation On Consumer Purchasing Decisions And Word Of Mouth. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 5(2), 20–24. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v5i2.517>
- Prasetyo, D. (2023). Pengaruh Elemen Suasana Toko terhadap Pengalaman Emosional Konsumen dan Citra Merek. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 200–215.
- Purnamasari, D. (2023). Suasana Toko dan Keputusan Pembelian: Studi pada Kafe di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 210–225.
- Purwadi, P., Devitasari, B., & Darma, D. C. (2020). Store Atmosphere, SERVQUAL and Consumer Loyalty: Case Study of Excelso Coffee Shop. *SEISENSE Journal of Management*, 3(4), 21–30. <https://doi.org/10.33215/sjom.v3i4.385>
- Rachmawati, N. (2020). Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembentukan Citra Merek. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 45–57.
- Raniya, R. F., Lubis, P. H., & Kesuma, T. M. (2023). the Influence of Social Media Marketing and Store Atmosphere on Purchase Decision Mediated By Consumer Trust in Millennial Coffee Shops in Banda Aceh. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 6(1), 144–155. <https://doi.org/10.35409/IJBMER.2023.3466>
- Rihayana, I. G., Salain, P. P. P., Rismawan, P. A. E., & Antari, N. K. M. (2022). The Influence of Brand Image, and Product Quality on Purchase Decision. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 4(6), 342–350. <https://doi.org/10.35409/IJBMER.2021.3345>

- Rosanti, N., Salam, K. N., & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365–375. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems360>
- Rowley, J., & Keegan, B. J. (2020). An Overview Of Systematic Literature Reviews In Social Media Marketing. *Journal of Information Science*, 46(6), 725–738. <https://doi.org/10.1177/0165551519866544>
- Santoso, B. (2019). Pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Kafe di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 150–162.
- Saputra, R. A., & Albariqi, M. F. (2022). Strategi Penjualan Kopi Kapitalisme Di Masa Pandemi. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2), 334–340. <https://doi.org/10.46306/rev.v2i2.76>
- Sari, P. A., & Saino. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Cafe Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Tipe Cafe Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 784–790.
- Sawitri, H., & Yuziani. (2021). Gender Dan Kebiasaan Minum Kopi Pada Mahasiswa Program Studi Kedokteran Universitas Malikussaleh. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Diagnosis*, 16(4), 168–172. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w6dt5>
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Setiawan, A., & Pratama, D. (2022). Analisis Pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 80–95.
- Solihin, D., Ahyani, A., & 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), 262–270. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.30847>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap

- Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(3), 1–18. Diambil dari <https://jurnal.pelitabangsa.ac.id/index.php/jmpb/article/view/322>
- Tendean, A., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Maja House Sugar & Cream Bandung). *e-Proceeding of Management*, 2(2), 1–7.
- Tirtayasa, S., & Erwanto, D. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Coffee Shop Di Kota Medan). *Jurnal Dosen UMSU*, 1(1), 1–14.
- Urwin, R., Kesa, H., & Joao, E. S. (2019). The Rise Of Specialty Coffee: An Investigation Into The Consumers Of Specialty Coffee In Gauteng. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5), 1–17.
- Wahjono. (2021). Peran Manajemen Operasional dalam Menunjang Keberlangsungan Kegiatan Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 17(2), 114–120. <https://doi.org/10.53845/infokam.v17i2.302>
- Wahyudin, W. (2020). *Hubungan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Sate Maranggi SN 4444)*. Bogor: Universitas Pakuan.
- Wicanti, A. (2022). *Analisis Pengaruh Suasana Toko dan Program Loyalitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Kedai Kopi di Kabupaten Pemalang)*. Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman.
- Wijaya, F., & Amelia, R. (2021). Elemen Suasana Toko dalam Membangun Citra Merek. *Journal of Marketing Research*, 8(3), 210–223.
- Yahya, N. Y., Mazlan, N. A., & Wan Kamarudin, W. N. B. (2022). Personal Factor And Consumer Purchase Intention: The Risen Of Coffee Culture In Klang Valley, Malaysia. *Journal of Tourism, Hospitality and Culinary Arts*, 14(2), 130–148. Diambil dari <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/68344/>