

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2020). Pengaruh Atmosfer Cafe, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupa Café di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 15–25.
- Ali Hasan. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut: Word of Mouth Marketing*. https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/10149/marketing-dari-mulut-ke-mulut-word-of-mouth-marketing.html?utm_source
- Ango, F. F., Tawas, H. N., & Mandagie, Y. (2023). Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Produk, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Upcoffee Manado. *Jurnal EMBA*, 11(1), 1171–1177.
- Astianita, A. D., & Lusita, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Word Of Mouth dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3(3), 370–380.
- Balqis, H. O., Pratama, G. R., Khusna, & Noviyanti, I. (2025). Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen pada Kedai Kopi Kinikawa di Pangkal Pinang. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(1), 297–316. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i1.6217>
- Barqah Djus, A. V. S., Pebrianti, W., Juniwati, J., Heriyadi, H., & Purmono, B. B. (2025). Pengaruh Cafe Atmosphere, Service Quality dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction di Meramoe Kota Pontianak. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 143–165. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v5i3.1229>
- Berita, K. (2026). *Cafe Swasana Hati: Tempat Nongkrong Baru di Gombang dengan Nuansa Adem yang Bikin Betah*. <https://beritakebumen.com/cafe-swasana-hati-tempat-nongkrong-baru-di-gombang-dengan-nuansa-adem-yang-bikin-betah/>
- Brian, R. (2015). Kajian Literatur Pengaruh Kualitas Makanan, Suasana dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pada Restoran All You Can Eat. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 1(2), 1–15.
- Budiman, S., & Dananjoyo, R. (2021). The Effect of Cafe Atmosphere on Purchase Decision: Empirical Evidence from Generation Z in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 483–490. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0483>
- Cahyaningrum, A. N., & Yoestini. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo (Studi Kasus pada Kosnumen

- Indosat Ooredoo di Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 7(4), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Chernev, K. K. (n.d.). *Marketing Management*. <https://www.pearson.com/se/Nordics-Higher-Education/subject-catalogue/marketing/Kotler-Keller-Marketing-Management-Global-Edition-16e.html?tab=resources&utm>
- Edwar, S., Herdilawati, W. L., & Akhmad, I. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MENZA MEETING POINT PEKANBARU. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(3), 477–491.
- Ermansyah, Rimet, & Sosiady, M. (2024). The Impact Of Pekanbaru Coffee Shop Strategy On Purchase Decisions. *Journal In Management And Entrepreneurship*, 4(1), 1–9.
- Gabriella, T. P., Ellitan, L., & Kristanti, M. M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3946>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gombong, K. (2025). *Launching Kafe Waroeng Atelier di Jalan Kartini Gombong*. https://gombong.kec-gombong.kebumenkab.go.id/index.php/web/artikel/4/175?utm_source
- Hadi, S. (2006). *Methodologi Research*. https://books.google.co.id/books/about/Methodologi_research.html?id=mbn3bCk0LMoC&redir_esc=y
- Indah, I. F., & Gendalasari, G. G. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Café Story House di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan JIPKES*, 4(1), 21–29.
- Jovanus, A., Bilqis, F. N., Irfan, M., & Sanjaya, R. D. (2025). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen di Cafe Can Ngopi terhadap Konten Media Sosial Instagram. In *Journal of Mandalika Literature* (Vol. 6, Number 3).
- Julianingsih, R., Patwayati, Rommy, N., Sukotjo, E., Madi, R. A., & Ittaqullah, N. (2024). Pengaruh Food Quality, Service Quality, dan Brand Image Terhadap

- Keputusan Pembelian Pada Mc Donald's Di Kota Kendari. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 16(2), 110–123.
- Kabanga, M. S., & Sanam, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Restoran Suka Ramai Kupang). *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, (14), 273–280. <http://e-journal.upr.ac.id/index.php/JP-IPS>
- Kisang Ryu, Hye-Rin Lee, W. K. (2012). *The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://www.emerald.com/ijchm/article-abstract/24/2/200/114229/The-influence-of-the-quality-of-the-physical?redirectedFrom=PDF>
- Kisang Ryu, S. C. J. (n.d.). *The Effect of Environmental Perceptions on Behavioral Intentions Through Emotions: The Case of Upscale Restaurants*. 2007. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1096348006295506>
- Kurniawan, R. V., & Muljani, N. (2024). Pengaruh Food Quality, Atmosphere, dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Pada Bakmi Gajah Mada Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 13, 47–56. <https://doi.org/10.33508/jumma.v13i1.5738>
- Lestari, T., Karsiningsih, E., & Bahtera, N. I. (2023). Pengaruh Cafe Atmosphere dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z pada Kedai Kopi di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(2), 505–517. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.02.7>
- Levy, Michael; Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management*. <https://perpustakaan.jakarta.go.id/book/detail?cn=JAKPU-12139000000539>
- Maknunah, L. U., Diantanti, N. P., & Darajat, A. H. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *BRILIANT: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 8, 863–869.
- Miranda, S. G. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Word of Mouth Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kopi Pedalaman Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(4), 189–200.
- Mubarok, S., Munawar, S., & Wufron, W. (2025). The Influence of Price Perception, Product Quality, and Cafe Atmosphere on Purchase Decisions at Teman Kami Space. *Journal of Economics and Business UBS*, 14(5), 1391–1402.

- Musfiyana, R., Sasono, E., & Subekti, H. (2025). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tomoro Coffee Semarang. *Jurnal CAPITAL*, 7(1), 93–106.
- Namkung, Y. dan S. J. (n.d.). *Does Food Quality Really Matter in Restaurants? Its Impact On Customer Satisfaction and Behavioral Intentions*. 2007. <https://doi.org/10.1177/1096348007299924>
- Nisak, S. C., Pudyaningsih, R., & Hastari, S. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Mr. Crunch. *Jurnal EMA - Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 5(2), 54–65.
- Opa, S. A., & Astuti, M. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Word of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nwansa Coffee. *Jurnal: IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(2), 134–145. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2>
- Pane, N. N., & Andy, A. (2024). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Kafe Kopi Ogut Tangerang. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(3), 137–146. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v2i3.2233>
- Prawira, B. D., & Arif, Moh. E. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Brand Awareness, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3, 25–34.
- Prianto, T., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Food Quality terhadap Keputusan Pembelian pada Pizza Hut di Kabupaten Kebumen (Studi pada Konsumen di Pizza Hut Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(5), 610–619. <https://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jimmmba/index>
- Puspitasari, L., Puji Rahayu, D., & Bawono, M. (2025). Pengaruh Cafe Atmosphere dan Service Quality terhadap Keputusan Pembelian di Kalenan Cafe and Resto Sawahan Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 352–365. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v4i2.5153>
- Ramadani, A., Haryanti, I., & Ismunandar, I. (2025). Pengaruh Atmosphere Cafe, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Pelanggan Royal Coffee Kota Bima. *Jurnal Tambora*, 9(2), 91–105. <https://doi.org/10.36761/suffix>
- Ramadhani, M., Akhmad, I., & Sulistyandari, S. (2023). Pengaruh Word Of Mouth dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Di S3 Coffee & Cafe. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 49–62.

- Rooroh, C. A. M., Moniharapon, S., & Loindong, S. J. R. (2020). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA*, 8(4), 130–139.
- Sakti, R. P., Igo, A., & Adha, A. (2025). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Evlogia Coffee & Space Dramaga Bogor. *MAPIRA*, 5(1), 1–10.
- Setyopratiqnyo, R. M. L. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 2(9), 2265–2271. <https://doi.org/10.62335>
- Sinaga, O. S., Butarbutar, N., & Sudirman, A. (2025). Peran Electronic Word of Mouth dalam Memoderasi Hubungan antara Food Quality pada Keputusan Pembelian Konsumen Pizza Hut Pematangsiantar. *ECo-Buss: Economics and Business*, 8(2), 1671–1684. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i2.3336>
- Suganda, A., & Bahrin, K. (2025). Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe dan Resto Selebar Jaya. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 6(2), 488–496. www.jurnal.umb.ac.id
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). ALFABETA.
- Sulek, J. M., & Hensley, R. L. (2004). The Relative Importance of Food, Atmosphere, and Fairness of Wait: The Case of a Full-service Restaurant. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(3), 235–247. <https://doi.org/10.1177/0010880404265345>
- Syahputra, C., Wahyudi, H., Astary, S., & Sandi, R. (2023). Pengaruh Food Quality dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Menara Ekonomi*, 9(1), 14–21.
- Tangkuan, Y. S., Pongtuluran, A. K., & Pagiu, C. (2023). Pengaruh Cafe Atmosphere, Customer Experience, Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cafe Wai Teman Minum Kamu Kabupaten Toraja Utara. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 317–328. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i1.549>
- Wongkar, K. E. G., Lumanaw, B., & Kawet, R. C. (2023). The Effect Of Viral Marketing, Food Quality and Brand Image On Product Purchase Decisions Kokumi Manado. *Jurnal EMBA*, 11(3), 431–441.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen* (F. Rezeki, Ed.). PT Kimshafi Alung Cipta. www.publisher.alungcipta.com