

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I. K. I. (2023) 'Pengaruh Store Atmosphere, Lifestyle Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffee Shop Heroic Mengwitani ...', 4(7), pp. 1397–1407. Available at: [http://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/3436/%0Ahttp://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/3436/2/R.5131.FEB-MAN-BAB 1 BAB 2.pdf](http://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/3436/%0Ahttp://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/3436/2/R.5131.FEB-MAN-BAB%201%20BAB%202.pdf).
- Arianti, A. and Wulandari, S. (2022) 'Pengaruh Harga, Store Atmosphere dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di Benu Coffee and Roastery Cabang Medan', *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(2), pp. 152–164. doi: 10.54131/jbma.v9i2.144.
- Arsa, A. A. and Cahyaningratri (2022) 'Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Servicescape, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Kota Semarang', *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), pp. 1–12. Available at: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>.
- Babin, Barry (2014) 'Modeling consumer satisfaction and word-of-mouth: restaurant patronage in Korea', *Journal of Services Marketing*, 19(3), pp. 133–139. doi: 10.1108/08876040510596803.
- Citra, D. A. N. (2017) 'Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Maret, 2017', *Repository.Unmuhjember.Ac.Id*, p. 2017. Available at: <http://repository.unmuhjember.ac.id/1365/7/PENDAHULUAN.pdf>.
- Fahreza, M. P. and Siahaan, S. L. (2022) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Estilo Coffee', *Panorama Nusantara*, 17(2), pp. 1–12. Available at: <http://ejournal.stein.ac.id/index.php/panorama>.
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husaini, Z. (2020) 'Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rehat Coffee Pekanbaru'.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009) *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. (B. Sabran (ed.)). Erlangga.
- Kotler Philip and Keller (2007) *Manajemen Pemasaran, Jilid I Edisi Keduabelas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Monginsidi, S. J., Sepang, J. and Soepeno, D. (2019) 'Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square) Effect of Lifestyle and Price on the Decision of Purchase

- of Nike Shoes (Case Study of Manado Town Square)', *Jurnal EMBA*, 7(3), pp. 2949–2958.
- Mukminatun (2020) 'Pengaruh Cafe Atmosphere dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Blaarr Ambal Kebumen', pp. 1–18.
- Philip, K. and Amstrong., G. (2016) *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Purnomo, A. K. (2017) 'Pengaruh Cafe Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Gen Y pada Old Bens Cafe', *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), p. 133. doi: 10.28932/jmm.v16i2.384.
- Santosa, A. T. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung)', *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), pp. 148–158. doi: 10.28932/jmm.v18i2.1613.
- Septiani, C. and Syaifullah, S. (2023) “Pengaruh Store Atmosphere, Varian Produk Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hear Coffee Batam”, *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 11(1), pp. 80–88. doi: 10.36596/ekobis.v11i1.796.g', *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 11(1), pp. 80–88. doi: 10.36596/ekobis.v11i1.796.
- Sugiyono and Lestari, P. (2021) *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta,cv.
- Tri Lestari, Eni Karsiningsih, N. I. B. (2023) 'the Influence of Cafe Atmosphere and Lifestyle on Generation Z ' S', *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 7, pp. 505–517.