# DAFTAR PUSTAKA

Andriani, D. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan suasana resto terhadap keputusan pembelian pada café and resto sugar rush di bontang. *Journal Administrasi Bisnis*, *8*(1), 26–34.

Arianto, D. P. H., & Satrio, B. (2020). Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae Dwi Putra Hendro Arianto Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *9*(6).

Arifiani, P. N., & Aprileny, I. (2020). *The Effect Of Menu Variation , Atmosphere Store And Restaurant Image On Purchase* ( Consumer Study of Bijin Nabe Plaza Senayan Restaurant ). *Indonesian College of Economics*, 1–14.

Ghozali, Imam. 2015. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I., Jariah, A., & Irwanto, J. (2019). *Role of Product Innovation , Quality of Service and Promotion of influence on purchase decision on Omahmu Cafe Lumajang*. *2*(2), 313–320.

Hasibuan, H. M. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.

Haque, M. T., & Samboro, J. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Joni Batu. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, *5*(1), 226–229.

Hismuddin, M. H., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Mahkota Gresik (Studi Kasus Pada Konsumen Swalayan Mahkota). *Jurnal Riset Manajemen*, 1–19.

Istiatin., Mursito, B., & Sudarwati. 2018. *Metodologi Penelitian*. Surakarta: Modul Metopen Universitas Islam Batik Surakarta.

Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Kotler, P., & Amstrong, N. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Amstrong, N. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1)(Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.

Lamb, Hair, & McDaniel. (2012). *Pemasaran Edisi Pertama.* Jakarta: Salemba Empat.

Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management Information Center.* NewYork: McGraw Hill Higher Education.

Litiloly, A. A.-A. (2020). Pengaruh Lokasi, *Store Atmosphere,* Media Sosial, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Di What’S Up Cafe Margonda. 1–14.

Meiyanto, A., & Prabawani, B. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kafe Salwa House Sirojudin Semarang). 1–14.

Nainggolan, B. M. H., Budiman, E., & Kristiadi, A. A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana terhadap keputusan pembelian di richeese factory akses ui depok. *56-71*, *15*(2).

Prasetyo, A., Fadhilah, M., & Cahyani, P. D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Konsumen Produk Dazzle Di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, *1*(4), 730–740.

Pratiwi, N. M. I., & Yasa, N. N. K. (2019). *The Effect Of Store Atmosphere , Social Media Marketing , And Lifestyle On Purchase Decisions On Consumers Of The Alleyway Cafe*. *European Journal of Management and Marketing Studies*, *4*(4), 85–100. https://doi.org/10.5281/zenodo.3592913

Priadi, D. R., & Samboro, J. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Bossku Kediri. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, *6*(1), 109–112.

Putra, T. R. I., Aprilia, C., & Aulia, A. (2019). *The Role of Store Atmosphere on Purchase Decision: Case of Cafesin Banda Aceh*. *4*(2), 109–116.

Putri, C. M., & Manik, C. D. (2021). Pengaruh Lokasi Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Kopi Jaelansky Pamulang. *Jurnal Pemasaran, Keuangan & Sumber Daya Manusia*, *1*(1), 37–42.

Rohmawaty, A., & Nurtjahjani, F. (2019). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Lokasi Terhadap. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, *5*(1), 242–246.

Sari, B. A. (2021). Pengaruh Harga Lokasi Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giant Ekstra Rajawali Di Surabaya Bella Aprillya Sari Yahya Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *10*(7), 1–17.

Siregar, H. F. A., & Sampurna, D. S. (2020). *Analysis Of The Influence Of Store Atmosphere , Location , And Product Diversity On Purchase Decisions ( Case Study on Consumers at Indomaret Sentul Jaya V Harapan*. 1–21.

Sopiah & Sangadji, M. S. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Manajemen.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Manajemen.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suharto, G. P., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giggle Box Cafe & Resto Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *024.*

Suparyanto, R.W. (2017). *Salesmanship Konsep dan Aplikasi Panduan Mahasiswa, Salesman, Pengusaha, Umum.* Bogor: Penerbit In Media.

Tarinda & Zaini, A*.* Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Scissors Barbershop Malang. *JAB* (Jurnal Aplikasi Bisnis), Vol.4, No. 1.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian.* Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Strategik edisi 3*.Yogyakarta: Andi

Wibowo, H. A., & Fausi, M. (2017). *Pelayanan Konsumen.* Yogyakarta: Perama Publishing.