

DAFTAR PUSTAKA

- Pratiwi, N. M., & Yasa, N. K. (2019). The Effect Of Store Atmosphere, Social Media, Marketing, and Lifestyle on Purchase Decision on Consumers of The Alleyway Cafe. *European Journal of Management and Marketing Studies* .
- Levy, M., & Weitz, A. J. (2001). Retailing Management. *Richard D. Irwan Inc* .
- Juharsah, & Hartini. (2019). he Influence of The Store Atmosphere on Purchasing Decisions on Consumers of Mini Markets in The City of Kendari. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* , , 94-99.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi ke Tiga belas Jilid 2.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Tjiptono, F. (2008). Manajemen Pemasaran. (Edisi 3).
- Kotler. (2008). Manajemen Pemasaran. *I*.
- Nabhan, F., & Kresnaini, E. (2005). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* , 6 (No. 3), 425-430.
- Tedjakusuma, R., S. H., & Muryani. (2001). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya. *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial* , 2 (No. 3), 45-58.
- Kotler, P., & G. A. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran . *Jilid 1* (Edisi 12).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2004). Prinsip-Prinsip Pemasaran. (Edisi 11), Jilid 1.
- Machfoedz, M. M. (2016). Shifting From Dichotomy to Dualism : The Way to Survive the Indonesia's Economy". *KnE Life Sciences* .
- Lamb, C. W., Josep, H. F., & C. M. (2011). Marketing.
- Schiffman, G. L., & Kanuk, L. L. (2010). Consumer Behaviour. *New Jersey* (Edisi 10), 487.
- S, I. N., & D. A. (2021). Hubungan antara Social Media Marketing Akun Instagram @Sociolla dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *Prosiding Hubungan Masyarakat* , 1 (No 1).
- Weinberg, T. (2009). The New Community Rules: Marketing on the Social Web. *Sebastopol, CA* .
- Khatib, D. F. (2016). The Impact of Social Media Characteristics on Purchase Decision Empirical Study of Saudi Customers in Aseer Region. *International Journal of Business and Social Science* , 1, 4.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* , *Jilid 1* (Edisi 13).

- Rulli, N. (2012). Internet dan Ruang Publik Virtual. *Sebuah Refleksi atas Teori Ruang Publik Habermas*, 1 (No 1).
- Berman, B., & Evans, R. J. (2018). Retail Management, a Strategic Approach. *New Jersey* (8).
- Sangadji, & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen.
- Sutisna. (2001). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). Perilaku Konsumen. (D. Z. Kasip, Ed.) *Jurnal Ilmu sosial*, 11 (Edisi 7).
- Limakrisna, S., & N. (2011). Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran.
- Rangkuti, F. (2004). The Power of Brand.
- Ardianto, E. (1999). Mengelola Aktiva Merek : Sebuah Pendekatan Strategis. (67), 34-39.
- Anwar, A., A. G., Fahid, B. S., & Akram, S. N. (2011). Impact of Brand Image, Trust And Affect On Consumer Brand Extension Attitude: The Mediating Role Of Brand Loyalty. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1 (5), 73-79.
- Durrani, B. A., Godil, D. I., Baig, M. U., & Sajid, S. (2015). Impact Of Brand Image On Buying Behaviour Among Teenagers. *European Scientific Journal*, 11 (5).
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *EMBA*, 1 (4), 607-608.
- Yazia, V. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry. *Journal of Economic and Economic Education*, 2 (2), 165-173.
- Meslat, N. (2018). Impact od social media on costumers purchase decision. *Internasional Journal of Global Business Management and Research*, 5 (45).
- Brown, D., & Hayes, N. (2008). Influencer marketing: who really influences your customers?
- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (2009). Brand Equity and Advertising : Advertising Role in Building Strong Brand.
- Gaspersz, V. (2008). Total Quality Control.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management/Philip Kotler*. Pearson Education International.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis. (6).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.
- Amanda, L. C., & Suprihhadi, H. (2018). Pengaruh Citra Merk, Social Media, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Babeh Street Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7 (No 12).

- Vicky. (2019). Pengaruh Food Quality, Brand Image, Store Atmosphere Terhadap Purchase Decision Pada Cafe Calibre. *Agora* , 7 (No. 2).
- Gunelis, S. (2011). Thirty Minutes Social Media Marketing.
- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.
- Solihin, D., Ahyani, & 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 (No 2), 262-270.
- Korompis, F. I. (2015). The Effect Of Store Environment And Brand Image On Consumer Buying Decision At The Body Shop Manado. *urnal Berkala Ilmiah Efisiensi* , 15 (4).
- Kurniawati, L., & Silitonga, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko, dan Media Sosial Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Fore Coffee Cibubur Junction. *16* (30).
- Fauzi, A., Purnia, I. N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya Nongkrong Anak Muda Di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)* , 1 (No. 1).
- Mileva, L., & Fauzi, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 58 (No.1), 190-199.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* , 1 (No. 5), 594-603.
- Teguh, S. (2013). Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity* , 2 (1), 80-86.
- Julianti, N. M., & Meitriana, A. (2014). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) terhadap Minat Beli Konsumen pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* , 4 (1), 1-11.
- Lutfi, S., & Irwanto, J. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan pembelian pakaian PADA PASAR UMUM PASIRIAN LUMAJANG . *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage* , 1 (1).
- Pamungkas, A., & Pramesti, D. A. (2021). The Effect Of Atmosphere Store, Brand Identity, and Social Marketing on Purchase Decision With Buying Interest as a Mediasi Variables (Empirical Study at Janji Jiwa Coffee Shop). *Borobudur Management Review* , 1 (1), 12-32.

- Mahuda, F. D. (2017). Pengaruh Brand Personality dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Butik Meccanism). *International Research Journal of Finance and Economics* , 8 (2), 151-167.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* , 129.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* .
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edisi 6).
- Lupiyoadi. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 3).
- Andreas, C., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , 5 (5), 1689-1699.
- Istiqamah, M., Tirtayasa, S., & Pasaribu, H. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Business Strategy and Execution* , 2 (1), 68-78.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* .
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* .
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4).
- Khairifa. (2019). The Relationship of Social Media Usage to the Satisfaction and Practice of Friendship (Silaturahmi) among Students of Universitas Sumatera Utara. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* . , 575-589.
- Sari, M. H. (2016). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Android Samsung Terhadap Minat Membeli Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan* .
- Arif, M., & Sari, S. M. (2020). Pengaruh Countrt Of Origin, Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Aplikasi Grab Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Pada Masa Pandemi Covid 19. *Seminar of Social Sciences Engineering & Humaniora* , 19-28.
- Fahmi, M., Arif, M., Faris, S., & Purnama, N. I. (2020). eran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing terhadap Repeat Purchase pada Fast-Food Restaurant di Kota Medan. *urnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* , 11 (1), 53-68.
- Erwanto, D. (2021). *Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan pembelian Pada Konsumen Coffeeshop di Medan* .

https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe14651d76471ad402f76/data-digital-indonesia-tahun-2022?page=2&page_images=1