

DAFTAR PUSATAKA

- Ading. (2020). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce / Spring 2003, Vol. 7, No. 3, pp. 101–134.*
- Albarq, A. N. (2019). Measuring the Impacts of Online Word-of-Mouth on Tourists ' Attitude and Intentions to Visit. *Jordan : An Empirical Study, 7(1), 14–22.* <https://doi.org/10.5539/ibr.v7n1p14>.
- Anggraeni, A.R. & Soliha, E. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis. Vol. 6 (3) 2020. Hal. 96-107.*
- Ashari, A. (2019). Pengaruh promosi penjualan pakaian wanita di group blackberry messenger terhadap minat beli mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanudin. *Skripsi, Universitas Hasanudin, Makasar.*
- Astuti, Sri Rahayu Tri. (2020). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Skripsi*
- Augusty Ferdinand. (2019) *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Azhar, Naufal Mahruzar. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram dan Suasana Café terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Pelanggan Café Sunmofee Medan. *Jurnal Emba, 9(1), 1360-1370.*
- Badan Statistika Indonsia. (2023). <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/11/30/abde293e6c0fc5d45aaa9fe8/statistik-kopi-indonesia-2022.html>
- Baker, J., Girewal, D. and Parasuraman, A. (1994), “The Influence of the Store Environment on Quality Inferences and Store Image”, *Journal of the Academy of Marketing Science*”, Vol.22, Fall, pp.328-39.
- Basu Swastha. (2020). *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, Jakarta : Liberty.
- Dahwilani, D. M. (2019). Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia. *Inews.Id.*

- Djaslim, Saladin dan Yevis Marty Oesman. (2019). *Intisari Pemasarandan Unsur – Unsur Pemasaran*, Cetakan Kedua, Bandung :Penerbit Linda Karya.
- Durianto, D. dan C. Liana . (2019). Analisa efektivitas iklan televisi softener soft & fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan konsumen decision model,*Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol.11 (no.1): 35-55 Dipublikasikan.
- Empat, Griffin, Jill. (2019). *Customer Loyalty*.Jakarta :Erlangga.
- Engel, James F, Blackwell, Roger D, and Miniard, Paul W. (2019), *Perilaku Konsumen*, Terjemahan Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghifari. (2019). The Influence of Store Atmospheric Factors toward Customer Purchase Intention on Minimarket Industry in Bandung. *Journal of Communication*, 30(5).
- Gilbert & Churchill. (2019). *Dasar-Dasar Riset Pemasaran*. Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya. Jakarta : Erlangga.
- Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert.(2019). *Bisnis Edisi Kedelapan*. Jakarta : Erlangga.
- Gonibala. (2020). The Effect of Store Atmosphere and Peer Pressure on Purchase Intention at Housepitality Café And Restaurant. *International Journal of Computer Science and Engineering (IJCSE)*. Vol. 2. Issue 4.
- Gunawan, Goldio Fauzian. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Distro Black ID. *Skripsi . Fakultas Ekonomi. Universitas Pasundan Bandung*.
- Hair et al., (1998), *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition,Prentice Hall, Upper Saddle River : New Jersey.
- Hardiansyah. (2019). Pengaruh Suasana kedai, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli di Toko Roti Morning Bakery. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 3(2), 8-13.
- Heizer, Jay. & Barry. Render. (2019). *Manajemen Operasi*, Edisi tujuh, Jakarta : Salemba Empat.
- Hidayat, Elita, Setiawan. (2019). Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen.Universitas Padjajaran. Vol 1. No 1
- Kamaruddin, Akhmad. (1996). *Dasar-dasar Manajemen Investasi*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. RinekaCipta.

- Khoirul, Yudana, & Rahayu. (2019). Faktor Utama Pemilihan Lokasi Kafe di Kota Surakarta. *Desa-Kota: Jurnal Perencanaan Wilayah, Kota, dan Permukiman*, 1(2), 108-120.
- Kotler, Philip, (2020). *Marketing Management*, The Millenium Edition, New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip. (2021). *Manajemen Pemasaran :Analisis, Perencanaan, Implementasi, danKontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kottler, Philip, (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jilid 2.Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin L, Keller. (2020). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Benjamin Molan, PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Erlangga, Jakarta.
- Levy, M., &Weitz, B. A. (2021). *Retailing Management (4th ed.)*. Richard D. Irwin Inc.
- Levy, M., &Weitz, B. A. (2019). *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Lupioyadi, Rambat. (2021). *Manajemen PemasaranJasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mandei, Massie & Soepono. (2020). Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Brownice Beverage And Pastry. *Jurnal Emba*, 8(4), 361-369.
- Martono dan Arini (2021). Analysis of the influence of product quality, price and promotion of interest in buying POND'S cosmetics. *European Journal Of Business And Management*, 12(8), 28-34.
- Meldarianda, Resti.,Lisan, H.S. (2020). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Café Atmosphere Bandung, Vol17 (2), Hal 97-108.
- Paila. (2020). Pengaruh Suasana kedai Terhadap Minat Beli Konsumen pada UD Sinar Anugerah Pratama Manado. *Jurnal Emba*, 8(4), 361-369.

- Patty, Reynaldo Franklin. (2021). Pengaruh Produk, Promosi Penjualan, Periklanan dan *Word of Mouth* terhadap Minat Beli pada Kedai Kopiloka Sumsel Palembang. *Jurnal Analisa Sosiologi dan Ekonomi* 5(2), 60-74.
- Rifa. (2019). Factors Affecting Consumers' Trust in Online Product Reviews. *Journal of Consumer Behaviour, J. Consumer Behav.* 11: 94 –104.
- Rizki dan Rahmad. (2020). Pengaruh Kualitas produk dan Kesesuaian harga terhadap Minat beli Konsumen Produk La Rose. *International Journal Of Social And Management Studies (Ijosmas)*, 3(2).
- Sari. (2019). Influence Of Price, Product Quality, Location, Brand Image, And Word Of Mouth On Purchasing Decisions At Bacarito Padang Cafe With Buy Interest As A Moderation Variable. *4th Padang International Conference On Education, Economics, Business And Accounting (Piceeba-2 2019)*, 124(12), 710-714.
- Soegoto. (2019). The Research on Relationship among Online Game Review, Adolescent Involvement and Game Purchase intention. *International Journal of Management, Economics and Social Sciences*, Vol. 2 (3), pp. 205-216.
- Sudaryono. (2019). *Pengantar Bisnis, Teori dan Contoh Kasus*. Yogyakarta : Andi.
- Susanto, A.B. & Kotler, P. (2020). *Marketing Management*. Salemba Eight Edition, diterjemahkan oleh Ancella Anitawati Hermawan. Jakarta : Salemba Empat.
- Triani, Evilia. (2013). Pengaruh Suasana Toko, Barang Dagangan dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen Pada Indogrosir Palembang. *Skripsi.Fakultas Ekonomi. Universitas Sriwijaya*.
- Utami, Christina Whidya. (2019). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Modern*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, Putri R. (2019). The Effect Of Prices and Quality Of Products On Interests Buy Holland Bakery. *Journal of Business and Banking* 9.2 (2019): 247-260.
- Yuzwar, Dedy. (2019). Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Minat Pembelian Ulang pada Supermarket Madinah Syariah Plaza Millenium Medan.
- Zhu, F. & Zhang, X.M. (2020). Impact of Online Consumer Reviews on Sales: The Moderating Role of Product and Consumer Characteristic. *Journal of Marketing*, Vol. 74 (March 2010), 133-148.