

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Bineka Cipta.
- Arisandi. (2018) Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi Asean, *Jurnal Manajemen Dewantara, Vol. 1, No. 2, 2018*,
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Az-Zahra, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 6 No. 3, 2022*
- Budiono, A. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Minum Kopi Medan Johor. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi. (2023), 2 (4): 109-11*
- Chariri, Fardan Nur (2023). *Pengaruh Store Atmosphere, Digital Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Café D'Javabreak)*. Tesis lainnya, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Dave Chaffey. (2018) *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*, (England: Pearson Education Limited
- Farikhan, M. K. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 5(1) 2024 : 2760-2769*
- Fatmawaty, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Harga, Persepsi Konsumen, Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Halona Coffee Rantauprapat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 5(2) 2024 : 3661-3673*
- Ferdinand, A. (2017). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit. Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. . (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media.

- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Desain Visual*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, P. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing Pada Minat Beli Di E-Commerce. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Herdianto, M. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Store Atmosphere, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di Informa Suncity Sidoarjo. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal Vol: 1, No 3, 2022, Page: 1-18*
- Herdiawan Diputra. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Electronic Word Of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian. *Vol 01 No. 02*
- Kinrear, T. ., & Taylor, J. . (2020). *Riset Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2018). *Marketing Managemen*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13)*. Erlangga.
- Sanjaya & Tarigan. (2020). *Creative digital marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Schiffman, & Kanuk. (2018). *Perilaku Konsumen (Indeks (ed.))*.
- Sembiring, J. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Dante 2 Medan. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan
- Sepsada, H. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen. *JLEB: Journal of Law Education and Business E-ISSN: 2988-1242 P-ISSN: 2988-604X Vol. 1 No. 2 Oktober 2023*
- Sugiyono. (2022). *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.

- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnsi dan Ekonomi*. Pustaka Baru.
- Suwarno, J., & K. Prihartono, A. . (2014). *Perdagangan Online (e-commerce) Cara Bisnis Internet*. PT. Elex Media Komputindo.
- Tjiptono, F. (2021). *Service, Quality & Satisfaction*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2021). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono dan Gregorius, *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Startegik, Branding Starategy, Cusoemer Satisfaction, Stategi Kompetitif Hingga E-Marketing Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit ANDI