DAFTAR PUSTAKA

Agari, B. F. K., Aryanto, V. D. W., Putra, F. I. F. S., & Panjaitan, R. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga dan Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi oleh Minat Beli Konsumen Coffee Shop Anantari (Studi Kasus Pada Konsumen di Coffe Anantari). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, *4*(2), 8640-8653.

Anggraini, A. S., & Nurhidayah, R. (2024). Battle of the Stores: OH! SOME vs MINISO, Explorasi Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen di Solo Paragon. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, *3*(2), 1-16.

Ansar, M., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Dagadu Djokdja Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Global Education*, *5*(1), 280-293.

Arif, A. S., Sutono, S., & Faidah, F. (2024). Pengaruh social media marketing, fasilitas live music, dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian melalui brand image sebagai variabel intervening (Studi pada konsumen kedai kopi di Jepara). *Jurnal Studi Manajemen Bisnis*, *4*(2), 1-16.

Asrar, M. M., & Kharisma, B. (2025). Pengaruh *content marketing* dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian dan minat beli sebagai variabel *intervening* (Studi kasus pada Kedai Kopi Dinasty). Digiventure: Journal of Digital Business and Entrepreneurship, 1(1).

Baihaqi, S. A., & Widodo, S. (2025). Pengaruh Digital Marketing melalui Meta Ads terhadap Brand Awareness UMKM Kopi. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia*, *5*(4), 1043-1051.

Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). Retail Management: A Strategic Approach (13th ed.). Pearson.

Deepika, K. S., & Massand, A. (2025). A study on reflective factors of social media marketing activities and its influence on purchase intention of gen z. *Acta Psychologica*, *259*, 105459.

Dewi, D. F., & Hadisuwarno, H. (2023). Pengaruh store atmosphere, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian di Kopi Nako Kalisari. *Jurnal Pijar*, *1*(3), 823-841.

Efendi, A. F., Kumbara, V. B., & Salim, E. (2025). Pengaruh sosial media marketing dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen sebagai variabel intervening pada Toko Liza Kosmetik Padang. Jurnal Riset Manajemen, 3(1), 259–270.

Fauzi, M., Fauzan, M., & Mursal, M. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Depati VII Kopi Kota Sungai Penuh (Kerinci). *El Mudhorib: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, *3*(2), 99-114.

Festivalia, F., & Pradipta, R. M. W. (2024). The Influence of Store Atmosphere on Purchasing Decisions and Visitor Satisfaction as an Intervening Variable at Kopi Praja Bintaro, South Tangerang, Banten Province, Indonesia. *Technium Soc. Sci. J.*, *58*, 170.

Ghozali, I. (2023). *Partial Least Squeres Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Gunelius, S. (2011). *Content marketing for dummies*. John Wiley & Sons.

Harahap, S. T. M., Edyansyah, T., & Ikramuddin, I. I. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Location dan Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Griya Kupi Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, *13*(2), 131-138.

Hasan, H. H., & Pramudana, K. A. S. (2024). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian yang dimediasi word of mouth marketing. *Public Service and Governance Journal*, *5*(1), 168-177.

Issaroh, S., Gultom, H. C., & Putri, N. K. (2025). Minat Beli Memediasi Kualitas Produk Dan Social media marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Solusi*, *23*(3).

Kim, A. J., & Ko, E. (2012). *Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand*. *Journal of Business research*, *65*(10), 1480-1486.

Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). Principles of Marketing (19th ed.). Pearson.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management (16th ed.). Pearson.

Kurniawan, M. F. D., & Suhermin, S. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, *13*(2).

Maharani, S. C., & Risal, T. (2025). Pengaruh Store Atmosphere, Ketersediaan Produk, dan Promosi terhadap Minat Beli pada Toko Sepatu Diskon Besar 22. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(3), 6122-6128.

Mustika, I. W. W., & Maulidah, S. B. J. (2023). Analisis penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran pada usaha kecil menengah. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 7-12.

Mutia, R. D., & Sari, D. U. (2024). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Parfum Bermerek Lokal HMNS Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Inovatif*, *4*(1), 49-58.

Nasution, N. R. S., Reihansyah, M., Ramadhan, M. R., & Zainarti, Z. (2025). Strategi Kedai Teduh Kenduri Kopi di Jalan Gaharu Dalam Mempertahankan Popularitas di Tengah Persaingan Coffee Shop di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(12), 441-450.

Qalbi, B. N., Idris, A. A., & Haeruddin, M. I. W. (2024). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Platform Tiktok Shop:(Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar Angkatan 2020-2023). *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, *3*(2), 406-417.

Rahman, Z. R., & Isa, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Destinasi Kuliner Halal Di Solo Raya. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, *16*(1), 89-102.

Rizqi, N. Z. E., Wulandari, D. A., & Maharani, D. P. (2023). Revolusi Budaya Ngopi: Cafe Modern Sebagai Sarana Pengembalian Cara Ngopi Zaman Dulu. *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, *1*(4), 283-295.

Saraswati, M. A., & Tamonsang, M. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga, dan social media marketing terhadap keputusan pembelian produk skincare Scarlett Whitening dan minat beli sebagai variabel intervening. Jurnal Riset Manajemen, 2(2), 113–131.

Sembiring, J. A. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Dante 2 Medan.

Shifa, A. A., & Nurjanah, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Ramen Melalui Minat Sebagai Variabel Intervening. *STREAMING*, *1*(2), 90-100.

Sugiyono. (2023). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Suharyanto, S., & Lestari, T. (2022). Pengaruh kualitas produk dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening (studi kasus pada Kedai Kopi Lain Hati di Grand Galaxy City Bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, *9*(2), 10-24.

Sutrisni, K. E., Martini, I. A. O., & Niartini, N. K. W. (2024). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, *13*(2).

Syahdani, E. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Konsumen Floc. Co Coffe Shop Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).

Welsa, H., Cahya, A. D., & Sawitri, N. I. (2024). Pengaruh store atmosphere dan brand image terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening: Studi empiris pada konsumen Mixue di Yogyakarta. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 6(4), 1521–1534.

Widyadana, D., Prihatini, A. E., & Listyorini, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Mixue di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *13*(4), 847-855.

Wisnuwardhani, P. (2025). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Makanan Ringan (Snack) pada Aplikasi Tiktok–Tiktok Shop. *Suluh Pembangunan: Journal of Extension and Development*, *7*(03), 214-220.

Yohandi, S. (2022). Pengaruh social media marketing terhadap minat beli di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang. *Sosmaniora: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *1*(2), 182-186.

Zuliyanti, T., Yucha, N., & Arif, D. (2024). Pengaruh Green Marketing, Gaya Hidup, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Listrik di Kecamatan Taman. *Margin Eco 8*(2), 174-185.