

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2). [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alfatiha, R. A., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522–529. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28794>
- Amilatuzaqiyah, M., & Evelina, T. Y. (2023). Pengaruh Promosi Social Media Instagram Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2), 153–159. <https://doi.org/10.33795/jab.v9i2.3029>
- Aprilianto, S., & Wasino. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Varian Menu, Dan Kualitas Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Toko Holland Bakery Di Bekasi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 634(12), 634–644.
- Ariza Az Zahra, N. W. L. (2024). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA NEW SUDU CAFÉ*.
- Arthadia, K. (2020). *Inovasi Rasa: Pentingnya Variasi Menu dalam Bisnis Kuliner*. Ok Oce News. <https://www.okocenews.com/belajar-bisnis/42012156763/inovasi-rasa-pentingnya-variasi-menu-dalam-bisnis-kuliner>
- Arviana, N., & Santoso, S. (2025). *Pengaruh+Varian+Menu,+Kualitas+Pelayanan,+Dan+Media+Sosial+Instagram+Terhadap+Keputusan+Pembelian+Pada+Intano+Coffee+Shop+&+Roastery+Di+Krian+Sidoarjo+_Terbaru*. 14(5), 1–12.
- Asrul. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Price dan Service Quality terhadap Minat Beli Konsumen Pada Coffee Shop Kopi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 299–305. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.246>
- Assegaf, S. R., Hilmi, R. A. R., Setiawati, H., & Nurohman, M. (2024). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamidi Harjasari (Seuseupan) menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Karimah Tauhid*, 3(7), 7488–7515. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i7.14136>
- Baguna, K. T. J., Lopian, S. L. H. V. J., & Lumanauw, B. (2023). *PENGARUH VIRAL MARKETING, STORE ATMOSPHERE, DAN BRAND TRUST TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS A51 COFFEE*

SHOPS MANADO).

- Berman, Barry dan Evans, J. R. (2014). *Retail Management: A Strategic Approach*. Pearson Education.
- Berman, Barry dan Evans, J. R. (2019). *Retail Management: A Strategic Approach*.
- Chinta Yurike Utomo, Efni Anita, & Nurrahma Sari Putri. (2024). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram dan Online Customer Review di Aplikasi Pesan Antar Makanan Terhadap Minat Beli Konsumen UMKM Eloka Corndog Kota Jambi. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 132–145. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.2090>
- Clara, B. (2022). *Pengaruh Variasi Menu Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Pelanggan Hisana Fried Chicken Medan*. 1–59.
- Ditawati , Yuswari Nur, N. (2024). Pengaruh Varian Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Raciken Talasalapang Varian Menu Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen Dan Akutansi*, 2 no. 1, 111–121.
- Dyah Kusumawati, Fuadi, F., & Saifudin. (2024). Analisis Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli pada Produk Es Teh Cup Jumbo. *Serat Acitya*, 13(1), 22–37. <https://doi.org/10.56444/sa.v13i1.1358>
- Fauzana, H. M., & Asnur, L. (2023). Pengaruh Variasi Menu Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Karsa Kafe Padang. *Jurnal Daya Saing*, 9(3), 735–741. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i3.1469>
- Fishbein, Martin; Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Garcia, M. Z. T., & Moko, W. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(4), 882–892. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.4.04>
- Gunawan, A. A., Novriana, L. D., & Syaiful, H. (2025). the Influence of Menu Variety and Food Quality on Consumer Satisfaction At Prata Waroeng 8 Tiban, Batam. *Jurnal Manajemen Kuliner*, 4(1), 36–42. <https://doi.org/10.59193/jmn.v4i1.367>
- Hsu, Chin-Lung; Lin, J. C.-C. (2016). Effect of perceived value and social influences on mobile app stickiness and in-app purchase intention. *Technological Forecasting and Social Change*, 108. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.04.012>
- Indriani, C. R. A., & Pramono, C. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga

- Terhadap Minat Beli Pengunjung Meuligoe Kupi Atjeh Binjai. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(2), 182–192.
- Jihan Apriliyani, & Winna Sarikusumaningtyas. (2024). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Memilih Wedding Organizer Wiwit Wedding. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(4), 20–39. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i4.341>
- Kapriani, & Jusman, I. A. (2024). Pengaruh Desain Kemasan dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Produk Burger Azahra). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(1), 22–27.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P. (2010). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Krisito, R. E., Yacob, S., & Yuniarti, Y. (2020). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Lucky Coffee Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(2), 43–48. <https://doi.org/10.22437/jdm.v8i2.16865>
- Lazuardi Putri, E. H., Sulhaini, S., & Herman Mulyono, L. E. (2023). Pengaruh Brand Experience, Cita Rasa, Dan Variasi Menu Terhadap Minat Beli Ulang Di Kedai Serabi Bandung. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 12(3), 319–331. <https://doi.org/10.29303/jmm.v12i3.792>
- Maulana, R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Aerostreet. *Greenation Publisher*, 3(2), 127–138.
- Meli, N., Arifin, D., & Sari, S. P. (2022). Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Genusian Card. *Seminar Nasional Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(1), 8–11.
- Nazala Zaikumar Elfa Rizqi, Destri Aulia Wulandari, & Dinda Putri Maharani. (2023). Revolusi Budaya Ngopi: Cafe Modern Sebagai Sarana Pengembalian Cara Ngopi Zaman Dulu. *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 1(4), 283–295. <https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v1i4.1791>
- Ni'amullah, F., Irdiana, S., & Irawan, R. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bj Cafe Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(September), 9–17.
- Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *ECo-Buss*, 6(1), 66–78. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.656>

- Novita, D., Herwanto, A., & Nurchaerani, M. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Dalam Pemasaran Produk Pada Koperasi Tahu Dan Tempe. *Majalah Ilmiah Bijak*, 16(2), 142–145. <https://doi.org/10.31334/bijak.v16i2.516>
- Nugraha, P. Y., Windradini, D., Khristianto, W., Studi, P., Administrasi, I., & Jember, U. (2024). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PELAYANAN Pendahuluan Kajian Teori Store Atmosphere (SA) Kualitas Pelayanan (KP) Keputusan Pembelian (KPem)*. 13(4), 1061–1070.
- Pharamita, A. K. (n.d.). *Tempat Nongkrong Favorit di Madiun? Meet & Co Jawabannya!* RRI.Co.Id. <https://www.rri.co.id/madiun/kuliner/1390577/tempat-nongkrong-favorit-di-madiun-meet-co-jawabannya>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2015). Sugiyono (2015).pdf. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Rachmawati, Y., Johan, A., & Dzulfikar, I. (2023). Analyze How Consumers Purchase Decisions: The Role Of Social Media Promotion, Product Reviews, And Brand Trust. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5508–5518.
- Raesita Ayu Ira. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang*. 14, 723–738. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1388>
- Raheni, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(2), 82–85.
- Ramdan, M., Hendra Saputro, A., & Herlinawati, E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tragen Footwear Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2713–2722. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1715>
- Rayuwati, R., Yustisar, M., Gemasih, H., & Eliyin, E. (2022). The Influence of Price, Store Atmosphere and Food Product Quality on Buying Interest at Tootor Coffee Takengon. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(4), 1129–1143. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i4.580>
- Rusdi, A., Syahputra, E., & Wardhani, K. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laue Burger Bar Kediri. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(05), 50–60.
- Salamah, A. A. (2023). Pengaruh Strategi Branding, Promosi Media Sosial dan Citra Merek Terhadap Minat Beli pada Produk Kosmetik XYZ. *JIM: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(4), 309–316.
- Samoggia, A., & Riedel, B. (2019). Consumers' perceptions of coffee health

- benefits and motives for coffee consumption and purchasing. *Nutrients*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/nu11030653>
- Sari, A. P., & Ali, A. (2024). The Effect of Social Media Marketing, Price and Product Quality on Consumer Purchase Interest (Case Study of Kudus Blacksmith Craftsmen UMKM). *Jurnal Lingkungan Bisnis*, 3(1), 8–13.
- Sembiring, J. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffe Dante 2 Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Dan Bisnis (Jimbi)*, 4(1), 48–56.
- Septilia Putri, A. D., Zawawi, A., & Zaini, A. A. (2025). Pengaruh Social Media Marketing dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Deliwafa di Kota Gresik. *Al-Muzdahir : Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.55352/ekis.v7i1.1262>
- Setiawan, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5141>
- Sharfina, N., & Anggraeni, R. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(1), 144–152. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.1.15>
- Tanjung, A. (1949). Atmosphere. *Physics Today*, 2(6), 35. <https://doi.org/10.1063/1.3066556>
- Tanjung, A. F., Adha, R., & Batubara, C. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Tom Sushi Pada Mahasiswa FEBI UINSU. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 586–600. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1277>
- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23496.21-27>
- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.328>
- Tiana, A., Nurhadi, A., Kunci, K., Menu, V., & Pembelian, K. (2024). Pengaruh Variasi Menu dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Waroeng Spesial Sambal “SS” Cabang Jatinangor. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 1608–1618.

Wulandari, R. I., & Purwanto, S. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Kedai Kopi Fore di Surabaya. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(10), 11517–11520. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i10.5999>