

Daftar pustaka

- Kurniawan, D., dan Kunto, Y.S. (2013). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying dengan Shopping Emotional Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Department Store Cabang Supermall Surabaya. *Jurnal, Manajemen Pemasaran Petra*, 1 (2), hal 1-8
- De Yusa, V., Muchlisin, M., & Lilyana, B. (2021). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA THE GADE COFFEE & GOLD DI BANDAR LAMPUNG. *KALIANDA HALOK GAGAS*, 4(1), 72-80.
- Utami, N. M., & Idris, I. (2014). *Analisis Pengaruh Merchandise, Store Atmosphere, Interaksi Antara Pelanggan Dengan Pelayan Toko Terhadap Impulse Buying Pada Toko Siranda* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- NGUMAR, N., Widarko, A., & Khalikussabir, K. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Damar Coffee Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(07).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Ruslina, Siti. (2020). Toffin Indonesia Canangkan Pertumbuhan 30%. Retrieved from <https://pelakubisnis.com/2020/02/toffin-indonesia-canangkan-pertumbuhan-30/>
- Sugianto, Danang. (2019). Hasil Riset: Kedai Kopi di RI Bertambah 2.000 Dalam 3 Tahun. Retrieved from <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-riset-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun>
- Toffin Indonesia Merilis Riset “2020 Brewing in Indonesia”. (2020). Retrieved from <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riset-2020-brewing-in-indonesia/>
- Hasil Riset: Kedai Kopi di RI Bertambah 2.000 Dalam 3 Tahun. (2020). Retrieved from <https://kreasijabar.id/article/hasil-riset-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun>
- Coffee Shop, Peluang Usaha dan Lifestyle Anak Muda Berdikari Kopi. (2021). Retrieved from <https://cikarangcorner.com/berita/coffe-shop-peluang-usaha-dan-lifestyle-anak-muda-kabupaten-bekasi/>
- Hidayat, A. T., Elita, F. M., & Setiawan, A. (2012). Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen. *Students e-Journal*, 1(1), 19.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 2*.

Peter, J. Paul & Jerry C. Olson, 1999, *Consumer Behavior Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Jilid 1, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Belch, G., & Belch, M. (2009). *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill.

Mahgfiroh, T., & Yuniati, T. (2015). Pengaruh Store Atmosphere dan Location terhadap Minat Beli Dim Sum di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(3).

Rizki, R. N., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Caffe Bene Bandung. *eProceedings of Management*, 3(2).

Wahyuni Purbohastuti, A., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37-46.

Azhari, P. P., & Rubiyanti, R. N. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kafe Nom Nom Eatery Bandung. *eProceedings of Management*, 3(1).

Levy, M., & Weitz, B. (2009). *Retailing Management*. New York: McGraw Hill.

Berman, B., & Evans, J. R. (2010). *Retail Manajemen*. New Jersey: Prentice Hall.

Hanani, Z., & Ferdinand, A. T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Restoran Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 66-75.

Hawkin, Del I dan David L. Mothersbaugh. (2016). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy (Edition 13th)*. New York : McGraw-Hill Education

Rusdian. (1999). *Manajemen Perilaku Konsumen*. Jakarta: Salemba Empat.

Sutisna dan Pawitra dan Pawitra. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

Berman, Barry and Joel R. Evans. (1992). *Retail Management. Fifth Edition*. Macmillian Publishing Company, USA.

Alma, B. (2011). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. In *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.

Indranopa, R., & Hermanto, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Distro-Distro di Mataram). *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), 195-216.

- Dessyana, C. J. (2013). Store atmosphere pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jilid 1. Jakarta: Indeks. Mulia Pustaka, Jakarta.
- Rizky, Muhammad, Fahru, NST & Hanifa Yasin. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 14, No. 02.
- Dayaningtyas, Enggar. (2015). Pengaruh Store Atmosphere, Store Image dan Emosi terhadap Minat Beli Konsumen di Pia Mangkok Malang dengan Metode Partial Least Square (PLS). Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- Firmansyah, M. (2015). Pengaruh E-WOM (Twitter) dan Iklan Reklame terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran Solaria. Sarjana thesis, Universitas Negeri Jakarta.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*, edisi kedua, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Suryaratri, R. D., & Rangkuti, A. A. (2017). Statistika deskriptif untuk psikologi dan pendidikan.
- Green, S.B. (1991). How Many Subjects Does It Take To Do a Regression Analysis? *Multivariate Behavioral Research*, 26, 499-510.
- Malhotra, N. (2004). *Marketing research*. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall. Intl.
- Kurnia, D. (2014). Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Negeri Padang Atas Kartu Perdana IM3. *Jurnal Administrasi Bisnis*, (1), 1–9.
- Utami, T. (2004). Analisis Minat Nasabah Memilih Tabungan Syariahpius pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Sugiyono. (2014). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
- Rangkuti, A. A., & Psi, S. (2017). *Statistika inferensial untuk psikologi dan pendidikan*. Kencana.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. edisi kedua, Badan Penerbit : UNDIP. Semarang.

Berman, B., & Evans, J. R. (2010). *Retail Manajemen*. New Jersey: Prentice Hall.

Pradana, N. R., & Wardana, W. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Respon Anak Sebagai Variabel Moderator (Studi pada Keluarga Konsumen Toko Ritel di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(2), 71-82.

Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2012). *Consumer Behaviour*. New Jersey : Prentice Hall.

Ekawanti, U. (2019). Pengaruh lokasi toko dan promosi terhadap minat beli konsumen pada distro jenawi oblong riau pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa*, 6(2), 1-15.

Ashari, N. A. (2012). Pengaruh promosi penjualan pakaian wanita di group blackberry messenger terhadap minat beli mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanudin. *Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin, makasar*.

UMKM KOTA BEKASI SAJIKAN KOPI KHAS. (2012). Retrieved from <https://mediaperkebunan.id/umkm-kota-bekasi-sajikan-kopi-khas/>

Meldarianda, R., Lisan, H., & Kristen, U. (2010). Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada resort café atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97-108.

Madahi, Abdolrazagh dan Inda Sukati. (2012). "The Effect of External Factors on Purchase

Intention Amongst Young Generation in Malaysia". *International Business Research*. Vol. 5 No.8, p. 153-159

Kwek, C. L., Tan, H. P., Lau, T. C., & Rahman, A. (2010). Investigating the Shopping Orientations on Online Purchase Intention in the e-Commerce Environment: A Malaysian Study. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 15(2).

Chi, H., HR. Yeh and S. Chien (2011), Applying Theory of Reasoned Action and Technology Acceptande Model to Investigate Purchase Behavior on Smartphone, *Journal of International Management Studies*, 6 (3): 1-11.

Schiffman, L., & Kanuk, J. (2008). *Consumer behavior* (8th ed). New Jersey: Pearson Education International.

- Nugraha, B. A. (2013). Persepsi Terhadap Store Atmosphere Dengan Minat Beli Konsumen Di Hypermarket. *Jurnal Online Psikologi*. Vol. 1(2), hal 515-528
- Annafik, A. F., & Rahardjo, M. (2012). Analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan daya tarik iklan terhadap minat beli sepeda motor yamaha (Studi kasus pada konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 1(4), 274-281.
- Ratriani, V. (2022). Inilah 5 Kopi Termahal di Dunia, Salah Satunya dari Indonesia. Retrieved from <https://lifestyle.kontan.co.id/news/inilah-5-kopi-termahal-di-dunia-salah-satunya-dari-indonesia>
- Sejarah Singkat Penyebaran Kopi di Indonesia. (2019). Retrieved from <https://secangkirsemangat.id/secangkir-semangat/sejarah-singkat-penyebaran-kopi-di-indonesia>
- Indira, R. (2019). Bukti Kopi Sudah Jadi Gaya Hidup Masyarakat Indonesia. Retrieved from <https://www.republika.co.id/berita/py0gka328/bukti-kopi-sudah-jadi-gaya-hidup-masyarakat-indonesia>
- Soeaidy, M., Taufiq, A., & Mandasari, A. (2018). Stimuli Pada Generasi Millennial Untuk Mau Membayar Harga Premium Fashion Muslim Melalui Status Merek Dan Preferensi Merek. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Nulufi, K. dan M. (2015). Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Citra Merek dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian Batik di Pekalongan. Pekalongan.
- Hurlock, Elizabet B, Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan, (Jakarta: Erlangga, 2002)