

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyadi, A., Muslihat, A., & Siregar, S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Limasan. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Buchari Alma, (2016) Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung. (2).
- Djohansjah, C., & Pratomo, C. V. (2017). Analisis pengaruh store atmosphere, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di caturra espresso. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 404–418.
- Effendi, Z., & Chandra, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Travel Umroh Dan Haji Plus PT . Inyong Travel Barokah. *Jurnal Ekonomi*, 1–25.
- Ely. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi ke-7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2010). Pemasaran dari Mulut-ke-Mulut. Yogyakarta: Media Presindo.
- Hashim, F. A., Bibon, M. A., and Abdullah, R. P. S. R. (2011). Restaurant's atmospheric elements: what the customer wants. *Journal of Asian Behavioral Studies*, 1 (2).
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, June, 126.
- Hussain, R., & Ali, M. (2015). Effect of store atmosphere on consumer purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, 7(2).
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan

- dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Kartika Sasi Ontotyaswari, Karina Jayanti, Ahmad Nasher, D. J. A. (2022). Analisis Motif Dan Pergeseran Budaya Dalam Mengonsumsi Fast Food Pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 16–26.
- Keller, K. P. (2016). *Marketing Management*. New York: Pearson Education.
- Kotler, dan Keller., (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, A. A. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Indomaret Kecamatan Sumbersari Jember. *Die Satzung Des Völkerbundes*, 102–105.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.
- Marantika, W., & Sarsono, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Word of Mouth, dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Pengunjung Toko Amigo Pedan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 114. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.633>
- Marlina, N., & Mutiantari, R. (2022). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sale Jari. *Ekono Insentif*, 16(1), 21–30. <https://doi.org/10.36787/jei.v16i1.715>
- Muhyi, M., et., al., (2018). *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Adi Buana University Press-Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Mulyana, M. (2019). Menganalisis perilaku konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. https://www.researchgate.net/publication/333719067_MENGANALISIS_PERILAKU_KONSUMEN
- Munandar, M. A., & Halim, A. (2020). Interval Kepercayaan Proporsi. *Pusat Mata Nasional Rumah Sakit Mata Cicendo Universitas Padjadjaran Bandung*, 15. <http://perpustakaanrsmcicendo.com/2020/07/01/interval-kepercayaan-proporsi/>
- Nugraha, F. A. A., Suharyono, & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan KonsNugraha, F. A. A., Suharyono, & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekar. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(1), 1–7.
- Octavia, K. W., & Kristina, A. H. (2022). Kualitas Produk, Resto Atmosphere, dan Presepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*.

- Parpal, M. (2013). How to Create a Restaurant Concept, Food servicewearhouse.com
- Philip. Kotler., & Kevin L. K. (2012). Manajemen pemasaran. edisi 13. Jilid 2. Terjemahan oleh BOB Sabran MM. Penerbit: Erlangga.
- Purboyo, Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S., Wardhana, A., Kartika, R. D., Erwin, Hilal, N., Syamsuri, Siahainenia, S., & Marlina, N. (2021). Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis). In *Media Sains Indonesia*.
- Puspita, D. L., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Konsumen Charles & Keith di Tunjungan Plaza Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 34(1), 79–85.
- Putri, L. H. (2014). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang)*. 15(2).
- Rinandiyana, L. R., Kurniawati, A., & Kurniawan, D. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oleh Generasi Milenial Pada Industri Kuliner Di Kota Tasikmalaya*. 3(Mei), 18–27. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem/article/view/322>
- Robson, S. (2013). Implications; Strategies for Designing Effective Restaurants. Retrieved from www.informedesign.umn.edu.
- Rosita, R. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Generasi Milenial Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Grabfood. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(1), 95. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i1.348>
- Saekoko et al. (2020). Saekoko, Nyoko and Fanggidae/ JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's) Vol. 11, No.1, 2020, p49-64. *Journal of Management*, 11(1), 49–64.
- Santoso. Slamet. (2011). *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo Press.
- Schiffman, Leon G & Kanuk, Leslie Lazar. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA,cv.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & pengembangan research and development*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Sujatno, A. B. (2011). *Hospitality: Secret Skill, Attitude and Perfomance for Restaurant Manager*. Edisi 1. Yogyakarta: penerbit ANDI.
- Susanto, AB. (2016). *Manejemen Strategik Komprehenshib*. Jakarta: Erlangga.

Wibowo, A. E. (2012). Aplikasi Praktis SPSS dalam penelitian. Yogyakarta: GAVA MEDIA.

Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41953>

Yuswohady.(2016).MilennialTrends2016.<http://www.yuswohady.com/2016/0117/milennial-trnds-2016/>.

