

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, A. D., Kamaruddin, S. A., & Makassar, U. N. (2022). *Inovasi dan Kreativitas dalam Ekonomi*. 7(1), 140–144.
- Angliawati, R. Y., & Mutaqin, M. F. I. (2023). Implikasi Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Slomo Cofee Bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 52–65. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1044>
- Armstrong & Kotler. (2018). *Principles of Marketing*. New York: Pearson International.
- Budiono, A., & Siregar, O. M. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Minum Kopi Medan Johor. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 376–386.
- Citaningtyas, D., Purwanto, H., & R, L. D. (2021). Pengaruh E-Promotion, E-WOM dan lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. *Management and Business Riview*. <https://doi.org/https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5833>
- Dwi Wardani, A., & Indayani, L. (2021). The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and EWOM on Consumer Purchase Decisions of Sunco Cooking Oil. *Academia Open*, 5. <https://doi.org/10.21070/acopen.5.2021.2126>
- Fadilah, N. Z., & Supendi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan Usaha Toko Kopi Seduh. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 37–50. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v8n1.p37-50>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hutahaean, W. (2020). *Dasar Manajemen* (N. Pangesti (ed.); pertama). Ahlimedia Press.
- Indrawati, F., Julianto, D., & Handini, Y. (2023). *Pengaruh Sosial Media Marketing dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian*

- Konsumen (Studi pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Kabupaten Jember)*. 75–86.
- IrawanLubis, M. F., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pascho Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 872–882. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3074>
- Jahroni dkk. (2021). Pengaruh Citra Toko, Suasana Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 5(No. 3), 10234–10241.
- Jaya, C. L., Yuliana, Y., & Arwin, A. (2022). *Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Wrappers , Medan*. 1–7.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management, 14e, Global Edition*. Pearson Educational Limited, England.
- Kurnia, E. (2012). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hypermart Puri Jakarta. *Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5.
- Lindiani, L., Registiana, I., Fajrullah, F., & Noviyanti, I. (2024). *Analisis Strategi Promosi Bisnis UMKM Coffee Shop Dengan Menggunakan Media Sosial (Studi Kasus : Triple Seven Pangkalpinang)*. 2(2).
- Margaretha. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Kesadaran Merek (Survei Pada Media Sosial Instagram @Fore Coffee). *Journal of Accounting and Business Studies*, 6(1), 63–80. <https://doi.org/10.61769/jabs.v6i1.514>
- Muh Fauzi, & Andi Amri. (2024). Pengaruh Store Atmosphere Dan Sosial Media Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe D’Japos Di Pasangkayu. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 306–319. <https://doi.org/10.61722/jrme.v1i2.1518>
- Nainggolan, N. T., Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Hastuti, P., Putu, D., Ardiana, Y., Sudirman, A., Gandasari, D., Mistriani, N., Halim, A., Kusuma, P., Rumondang, A., Gusman, D., Yayasan, P., & Menulis, K. (2020). *Perilaku Konsumen*. 20.
- Oktavia, L., & Pasaribu, B. (2024). *Pengaruh Experiential Marketing dan*

- Electronic Word of Mouth terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Mustika Ratu di Lingkungan X Medan Marelan*. 8, 19036–19048.
- Pertiwi, P. F. (2024). *Apa Sih Maksud Street Coffee Lagi Viral di Ponorogo, Tertarik Coba? Cek Info Lengkapnya Disini*. Ponorogo News. <https://ponorogo.pikiran-rakyat.com/seputar-ponorogo/pr-3137576143/apa-sih-maksud-street-coffee-lagi-viral-di-ponorogo-tertarik-coba-cek-info-lengkapnya-disini?page=all>
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 86–104. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.336>
- Pusparista, Y. D. R. (2023). *Kopi, Nongkrong, dan Gairah Industri Gen Z dan Milenial*. https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/10/22/kopi-nongkrong-dan-gairah-industri-gen-z-dan-milenial?status=sukses_login&status_login=login&loc=hard_paywall
- Rahakbauw, O. D., & Nugraha, R. (2024). Analisis Pengaruh Harga (Price), Suasana Toko (Store Atmosphere), dan Cita Rasa (Taste) Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Kopi Seduh Pesanggrahan Jakarta Selatan. *Management Research and Business Journal*, 1(2), 69–88.
- Rahmi, Sufitrayati, Nelly, Zalikha, & Riska. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warkop Opik. *Jurnal Nusantara*. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i2.2917>
- Santoso, S. (2014). *Statistik Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. PT. Elex Media Komputer.
- Sarah, K. S., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Analisis Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Clothing Linkswear. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 397. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i3.4877>
- Satisfaction, C., & Padang, U. N. (2024). *Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth (E- Wom) Terhadap Customer Satisfaction Pada Produk*. 17(2), 1587–1606.

- Sebayang, D. E. D. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Madame Gie Di Binjai*. Universitas Medan Area.
- Sekaran, U. (2019). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Pertama)*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 2 Ce)*. CV. ALFABETA.
- Suriadi, Sulistyio Budi Utomo, Rendro Laksmono, Rudi Kurniawan, & Loso Judijanto. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 507–513. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1940>
- Suwandi, W., Arip, Y., Ayutika, R., & Setiawan, F. (2021). Pengantar Manajemen. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Terry, G. R., & L.W. Rue. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen* (Fatmawati S. Bunga (ed.); Cetakan Pe). Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2014a). Pemasaran Jasa—Prinsip. *Penerapan, Dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta*.
- Tjiptono, F. (2014b). *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Uma, S., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/143365/metode-penelitian-untuk-bisnis-pendekatan-pengembangan-keahlian-edisi-6-buku-1.html>
- Wibowo, K. A., Lukita, C., Agnu, O., & Wulandari, D. (2024). *Pengaruh Digital Marketing , E-WOM (Electronic Word of Mouth) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bentani Hotel & Residence Cirebon*. 6(3). <https://doi.org/10.32877/ef.v6i3.1652>