

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, I. F., Setiawan, L., & Abubakar, H. (2024). Pengaruh Variasi Menu Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Restoran Sebagai Variabel Intervening. *Indonesian Journal of Business and Management*, 6(2), 277–286. <https://doi.org/10.35965/jbm.v6i2.4442>
- Aprileny, I., Arifiani, P. N., & Emarawati, J. A. (2022). *Pengaruh Variasi Menu , Store Atmosphere Dan Citra Restoran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen : Restoran Bijin Nabe By Tsukada Nojo Plaza Senayan , Jakarta)*. 5(3), 108–116.
- Dewi, M. P. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Social Media Promotion, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Habbit Eatery Coffee Malang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(2), 26–36.
- Diantanti, N. P., Darajat, A. H., & Amrila, K. F. (2025). *Peran Variasi Menu dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kembali*. 23(4), 586–598. <https://doi.org/10.26623/slsi.v23i4.12997>
- Djunaedi, Laely, N., Lidiawan, A. R., & Lidiawaty, B. R. (2023). *Membangun Respon Konsumen Melalui Sistem Informasi Dan Citra Perusahaan*.
- Djunaedi, & Lidiawan, A. R. (2022). *Perilaku Konsumen*.
- Ghozali, P. H. I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 26.
- Gustiawan, W. D., & Satriyono, G. (2022). *Gaya Hidup Konsumen Coffee Shop Di Wilayah Kota Kediri*. 3(2), 477–487.
- Hasyim, A. W., Bahasoan, S., & Hidayat, A. I. (2024). Pengaruh persepsi harga dan varian menu terhadap keputusan pembelian pada triology coffee gowa. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1–15.
- Hidayati, N., & Zamzam, N. A. N. (2024). *Analysis of Customer Satisfaction In Terms of Price , Menu Variety , and Store Atmosphere (Study at Mata Hati*

Coffee Kediri). 1(3), 230–237.

Indah, D. P., & Ahmadi. (2024). *STRATEGI COFFEE SHOP PONTIANAK BERTAHAN DIMASA PANDEMI STUDI FENOMENOLOGI PADA COFFEE SHOP DI PONTIANAK*. 13, 222–229. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v13i2.60001>

Intan, D. R., Herlis, Y. O., & Ginting, L. N. (2023). *Pengaruh Store Atmosphere dalam Menciptakan Emosi yang Positif : Kasus Konsumen Café Cokelat Klasik di Kota Malang*. 1, 46–51.

Juwita, Sabila, E. D., & Noviyanti, I. (2025). *PENGARUH ATMOSFER CAFE DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CAFE AT BACK COFFEE PANGKALPINANG*. 1(3), 115–126.

Khong, R., & Tandiwan, J. (2024). Pengaruh Citra Merek, Variasi Menu, dan Pemasaran Sosial Media terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Restoran Dimsum Mamatjoe Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(1), 45–58. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i1.3510>

Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management. In *Pearson*.

Kurnain, R. N., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Cafe Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Fruts Cafe Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1279–1285.

Laely, N., & Lidiawan, A. R. (2022). *Metodologi Penelitian*.

Lestari, R. K., & Safitri, S. (2025). *PENGARUH VARIASI MENU DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ER COFFEE PEKANBARU*.

Lidiawan, A. R., & Laely, N. (2022). *Pengaruh Perceived Quality , Aesthetics dan Conformance Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Chatime Kediri*. 5(2), 40–53.

- Lindra, R. M., & Sutrisna, E. (2025). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian pada Samara Coffee Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(3), 211–222. <https://doi.org/10.55606/jurimea.v5i3.1012>
- Meisya, D., & Fachri, H. (2025). *The Influence of Café Atmosphere , Service Quality , and Product Variety on Purchase Decisions at Ngopidiaphen in Pontianak City*. 6(2), 1–8.
- Mukti, A. K. A., Wibowotomo, B., & Hidayati, L. (2023). *Journal of Food Technology and Agroindustry Volume 5 No 1 Februari 2023 Pengaruh Harga Dan Keragaman Menu Pada Keputusan Pembelian Konsumen Di The Arbanat Kitchen Café Lounge Journal of Food Technology and Agroindustry Volume 5 No 1 Februari 2023*. 5(1), 19–25.
- Nasution, R. H., & Safina, W. D. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere , Product Quality Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bel Medan Johor*. 2, 165–177.
- Pitaloka, E. D., Sutejo, B., & Sumiyati, S. (2024). *Pengaruh Store Atmosphere, Customer Value Terhadap Customer Satisfaction dan Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Buston Cafe Semarang)*. 5(1), 884–900.
- Pulungan, F. A., Saragih, L., & Damanik, E. O. P. (2023). *PENGARUH STORE ATMOSHPHERE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KFC DI PEMATANG SIANTAR*. 5(1), 35–46.
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Influence of Prices, Product Quality and Brand Image on Garnier Product Purchase Decisions. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104.
- Putra, P. K. A., Putra, I. B. U., & Widari, D. A. P. N. (2025). *The Influence of Digital Marketing , Store Atmosphere , and Product Variation on Purchase Decisions at Warung Mina Dalung*. 345–350.
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati,

- Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Teori Perilaku TKonsumen*.
- Rasidy, E. J., Fadli, M., & Lumbanraja, M. M. M. (2024). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE , STORE LOCATION DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KONSUMEN PADA PADUSSY COFFEE PEKANBARU)*.
- Sahputra, S., & Ekowati, S. (2023). *Artikel+SINDI+ok*. 2011, 130–143.
- Sari, E. N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Kong Djie CafÃ© Pekanbaru. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 1(2), 73–80. <https://doi.org/10.31004/innovative.v1i2.2151>
- Solomon, M. R., & Russell, C. A. (2024). Consumer Behavior Consumer behavior. In *Pearson Education India* (Vol. 27, Issue 23). <http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan RnD*.
- Timo, F. (2021). the Influence of Menu Variations and Service Quality on Guest Satisfaction At Hotel Victory Kefamenanu Pengaruh Variasi Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Victory Kefamenanu. *Jurnal Inspirasi Ekonomi*, 3(3), 2503–3123.
- Wantoro, B. C. E., Larassaty, A. L., Zaki, A., & Sholikhah, A. (2025). Pengaruh Variasi Menu Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Gen'Z Mie Gacoan Di Sidoarjo Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 1111–1129. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1427>
- Wenang, V., Bella, C., & Muhammad, M. (2025). *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Perilaku Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Superindo*. 6(5), 4317–4324.
- Yonatan, A. Z. (2025). *10 Negara dengan Konsumsi Kopi Terbesar di Dunia*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-konsumsi->

kopi-terbesar-di-dunia-ppOY0

Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NICK COFFEE KOTA BENGKULU*. 9(1), 1–14.

Zahra, F. A. (2026). *Indonesia peringkat pertama kedai kopi terbanyak di dunia*. Kompas.Com.

<https://amp.kompas.com/tren/read/2026/01/25/130000865/indonesia-punya-kedai-kopi-terbanyak-di-dunia-ada-berapa>