

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin et al. (2024). Pengaruh Cafe Atmosphere, Lokasi, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Harimu Hariku Di Kota Gresik. Gemah Ripah: Jurnal Bisnis, Vol.4(Nomor 3).
- Amruddin et al. (2022). Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif \_ Anova (M. P. Dr. Fatma Sukmawati, Ed.; Cetakan Pertama). Pradina Pustaka.
- Anggreni Dhonna. (2022). Buku Ajar Metodologi Penelitian Kesehatan (Skm. Mkes Eka Diah Kartiningrum, Ed.; Cetakan Pertama). STIKes Majapahit Mojekerto.
- Berman, Barry, Joel R. Evans, dan Patrali Chatterjee. 2018., Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition. Edisi 13. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Dewi et al. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta, Vol.15(No.2), Hal.14-22.
- Fakhrudin et al. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. Forum Ekonomi, 23(4), 648–657. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>
- Fuatqi & Pertiwi. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo Menggunakan Kartu Shar-E Debit Reguler GPN. JAPP: Jurnal Akutansi, Perpajakan, Dan Portofolio, 03(01), Hal:51-63. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/JAPP>
- Hildayanti, & Satriyanin. (2022). Strategi Promosi Melalui Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus UMKM RM Sate Taichan Senayan Palembang). Journal Ekombis Review, 10, 149–158. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1>
- Hinlayagan et al. (2023). Factors Influencing Tourist Decision-Making on Choosing a Cultural Destination. International Journal of Tourism & Hospitality Reviews, 10(2), 26–32. <https://doi.org/10.18510/ijthr.2023.1023>
- Indartini & Mutmainah. (2024). Analisis Data Kuantitatif (Hartini Warnaningtyas, Ed.; cetakan I). Penerbit Lakeisha.
- Kompas.id. (2025). *Coffee Business: production, lifestyle trends, and competitive challenges*. <https://www.kompas.id/artikel/en-bisnis-kopi-produks-trengaya-hidup-dantantangan-kompetisi-2-2>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson.
- Kurniasih et al. (2021). Teknik Analisa (Cetakan Kesatuan). Alfabeta, CV. [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)

- Kurniawan, Y. (2021). Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Zahra Catering. *Jurnal Ilmudan Riset Manajemen*, 10(1), 1–17.
- Nabila &, Saifudin. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran *Coffee Shop* Di Tulungagung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *SEIKO: Journal of Management & Business*, Vol.7(Hal.2), 305–326.
- Nasution, K. S. (2024). Pengaruh *store atmosphere* dan brand trust terhadap minat berkunjung kembali (Studi pada pelanggan Kafe Kopi Kenangan Centre Point) (Skripsi, Universitas Medan Area). <https://repository.uma.ac.id>
- Nilawati & Fati. (2023). Metodologi Penelitian (S. P. Debby Syukriani, Ed.). Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh. <http://ppnp.ac.id>
- Prawira & Arif. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Brand Awareness, Dan *Store atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Vol.03(No.1), hal.25-34.
- Pujianto et al. (2024). *Coffee Shop* Dan Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa Muslim Di Sidoarjo: Perspektif Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard. *Jurnal of Economic and Economic Policy (IJEK)*, Vol.1(Nomor 1), Hal.1-9. <https://ijec.antispublisher.com/index.php/IJEK>
- Purwanto, et al. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Word Of Mouth Intention Pelanggan Pada Tempat Makan Masakan Khas Jawa Di Surabaya. *Manajerial*, 8(01), 37. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v8i01.1858>
- Ramadhan et al. (2024). Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Wisata Keraton Kasepuhan Kota Cirebon. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, Vol.3(4), Hal.340-352. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i4.4219>
- Ramadhani &, & Rakhmawati. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Store atmosphere*, Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cafe Kylau Common Space Depok). *Jurnal Manajemen FE-UB*, 13(2), 86.
- Rossa &, & Kusumasari. (2024). Pengaruh *Store atmosphere*, Food Quality, dan Service Quality terhadap Revisit Intention pada Pelanggan Korean Garden Thematic Cafe: Studi pada Rest Korean Garden *Coffee and Eats* Sidoarjo. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.6140>
- Safrawali & Siregar. (2022). Penerapan Administrasi Bisnis dan Administrasi Perkantoran Modern di Kota Medan. *All Fields of Science Journal- LAS (AFoSJ-LAS)*, Vol.2(No.2), 364–375. <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFoSJ-LAS/index>
- Sahir. (2022). Metodologi Penelitian (M. S. Dr.Ir.Try Koryati, Ed.; cetakan I). Penerbit KBM Indonesia. [www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)

- Sernovitz, A. (2009). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking* 3th ed. Austin: Kaplan Publishing.
- Setiawan, P. Y., Purbadharma, I. B. P., Widanta, A. A. B. P., & Hayashi, T. (2021). how electronic word of mouth triggers intention to visit through destination image, trust and satisfaction. *Online Information Review*, 45(5). <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2019-0111>
- Sienatra et al. (2024). *Experiencescape Sebagai Pemicu Revisit Intention Pada Kafe-Kafe Baru di Jawa Timur. (JIBMA) Jurnal Inovasi Bisnis Manajemen Dan Akutansi*, Vol.2(2), hal.186-193. [www.journal.inovatif.co.id](http://www.journal.inovatif.co.id)
- Sihotang. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif* (M. P. Dr. Erni Murniati, Ed.; cetakan I). UKI Press (Universitas Kristen Indonesia).
- Sudjana. (2015). *Metoda Statistika*. Bandung: Edisi ke 5.
- Supardi &, & Hadi. (2026). Pengaruh *Store atmosphere* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Zizoba Resto & Coffee* Di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)*, 4(3), 751–763. <https://doi.org/10.61722/jiem.v4i3.9148>
- Valencia &, & Ardiansyah. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk Jakarta. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH)*, 4(6), 363–378.
- Wardhana &, & Sitohang. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Tempat Dan *Store atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warkop Benpadang Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–19.
- Waruwu, W., Surya Dinata Mendrofa, M., Waruwu, E., & Berkat Iman Jaya Gea, J. (2024). Analisis Manajemen Kearsipan Dalam Upaya Meningkatkan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akutansi (Jebma)*, Volume :04, 702–715. <https://doi.org/Doi:doi.org/jebma.v4n2.3877>
- Wijayanti Ratna et al. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama Press (STIEM Widya Gama Lumajang).
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol,10, 1573–1582.