

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, D (2020) *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Go-Food*. Universitas Telkom.
- Adolf, L.P.M, Lopian, J.S.L.H.V. & Tulung, J.E. (2020). *The Effect of Social Media Marketing and Word of Mouth on Purchase Decisions at Coffee Shops in Manado*.8(I). 126-135. Diambil dari: Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manager, Bisnis, dan Akutansi.
- Anwar, M.C (2020, 13 Maret), *Efek Dahsyat Covid-19, Hotel dan Restoran Rumahkan Pegawai*. CNBCIndonesia [Online], halaman 1, Tersedia : <https://www.cnbcindonesia.com>. [Akses: 21 Januari 2021].
- Arianto, D.P.H (2020). *Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae*. 9 (V). Diambil dari: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Berman & Evans (2016). *Retail Management*. Edisi 16. Jakarta : Pearson.
- Firmansyah, M.A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta : CV. Budi Utama.
- Haerani, M & Hayati, R. (2020). *Analysis of Consumer Behavior and Brand Equity Towards Consumer Purchase Decisions at Mitsubishi Cilegon Car Showroom*. 2(II). Diambil dari: Laktoras.
- Hanum, A. (2020). *Pengaruh Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Bahagia Medan*, 3(II), 17-21. Diambil dari : Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan

- Hanum Z. & Hidayat, S. (2020). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan*, 6(I), 37-43. Diambil dari : Jurnal Bisnis Administrasi.
- Hikmawati, F (2017). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada).
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition*. England : Global Edition. Pearson.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing Edisi 15*. Global Edition, Pearson.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Edisi 15*. Global Edition, Pearson.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management Edisi 15*. Pearson Education, Inc.
- Mbate, G.S. & Tanamal, R. (2020). *Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase*. 5(II). 100-110. Diambil dari: Jurnal Informatika Universitas Pamulang.
- Musfar, T.F. (2020). *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV. Media Sains Indonesia.
- Nugrah, M.Y.D (2020) *Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Wormhole Store Bandung*. Universitas Telkom.
- Nurfatimah, E., Saputra, W.T. & Wahyuninratna, R.N. (2020). *Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu AZA 6 Edisi Hari Merdeka*, 2 (II) 120-129. Diambil dari: Jurnal PIKMA.

- Paradita, S. & Kesuma, M. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di 212 Mart Banda Aceh*, 5 (III) 469-487. Diambil dari: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen.
- Ratih, P.A.R. & Rahanatha, G.B. (2020). *The Role of Lifestyle in Moderating the Influence of Sales Promotion and Store Atmosphere on Impulse Buying at Starbucks*. 4(II). 19-26. Diambil dari: *American Journal of Humanities and Scoial Sciences Research (AJHSSR)*.
- Rahma, A (2020) *Pengaruh Store Atmosphere dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Matahari Department Store*. Universitas Telkom.
- Rahmawati, A.R. (2020, 20 April), *Pandemi Virus Corona (Covid-19), Pukul Pelaku Industri Kopi Lokal*. PikiranRakyat [Online], halaman 1, Tersedia : <https://www.pikiranrakyat.com>. [Akses: 21 Januari 2021].
- Riyanto, S. & Hatmawan, A.A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta : CV. Budi Utama.
- Rochim, A. (2020, 28 Desember), *Ini Tiga Perubahan Perilaku Konsumen Akibat Pandemi Covid-19*. SindoNews [Online].Tersedia : <https://ekbis.sindonews.com>. [Akses: 21 Januari 2021].
- Priansa, D.J (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung : Pustaka Setia Abadi.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung :

Alfabeta.

Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung :

Alfabeta.

Suharsaputra, U (2018). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*.

Bandung : PT. Refika Aditama.

Sunyoto, D. (2016). *Metode Penelitian Akuntansi*. Bandung : PT. Refika Aditama.

Sudarsono, H (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur : CV.Pustaka Abadi.

Solomon, M.R (2020). *Consumer Behavior : Buying, Having, and Being* Edisi 13.

Global Edition. Pearson.

Teddy, A (2020). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap*

*Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Go-Food di Kota Bandung*.

Universitas Telkom.

Tersiana, A (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Umamsyah, A.Y (2020). *Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Lokasi terhadap*

*Keputusan Pembelian (Studi Coffe shop Warung Ngombe di Yogyakarta)*.

Universitas Telkom.

Wahyuni,S. & Raharjo, S. (2019). *Pengaruh Store Image dan Store Atmosphere*

*terhadap Impulse Buying pada Konsumen Daffina Swalayan di Tenggarong*,

19 (I). 53-62. Diambil dari: *Journal of Business*.

Wahyuni,T. & Zuhriyah,A. (2020). *Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan*

*Pembelian Puduk di Toko Sari Kelapa*, 1 (I). 242. Diambil dari : *Jurnal*

Trunojoyo

Kurniawan,D. (2019). *Kedai Kopi di Indonesia Hampir Mencapai 3000 Gerai*.

Voi.Id [Online]. Tersedia : <https://www.voi.id>. [Akses: 21 Januari 2021].

Tersedia: <https://www.voi.id> . [Akses] : 15 Oktober 2020.

Yulyarta, F.R, Widayanti, R. & Sudawarti. (2020). *Minat Beli Konsumen Ditinjau dari Store Atmosphere, Product Assortment dan Kepercayaan ( Studi Kasus pada Outlet Donatello Surakarta)*. 10 (IV). 1-8. Diambil dari: Jurnal Widya Ganecwara.