

DAFTAR PUSTAKA

- A, R. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Adhiputra, M. (2015). *Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking*. Bali: Universitas Mahendradatta.
- Akram, U., Hasim, M., & Shahid Resheed, M. K. (2016). Impact of Store Atmosphere On Impluse Buying Behaviour Moderating Effect Of Demographic Variable. *Internasional Jurnal of u-and e-Service, Science and Technology*, Vol 9 No.7.
- Alam, I. N. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada DNA Coffe Bandung)*. Bandung : Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University.
- Alivia, R. V. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Warunk Upnormal Buahbatu*. Bandung: Skripsi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University .
- Andriyanto, Yaufi, & Rahmawati. (2016). *"Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Yogyakarta : "Jurnal Profita 2 (1) : 1-16.
- Andryanto, R. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online (Studi Empiris yang Dilakukan Pada OLX.co.id di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Skripsi Sarjana Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Andryanto, R. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Minat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ditoko Online. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayawan, 2002. 35-40. Diambil dari : <https://doi.org/10.1109/ciced.2018.8592188>.
- Anggita, F. D. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa UST Yogyakarta Penggunaan Zalora*. Yogyakarta.

- Annisa, E. N. (2013). *Efektivitas Open Ended Approach untuk Meningkatkan Kreativitas Siswa dalam Memecahkan Masalah Matematika (PTK di SMK Muhammadiyah 1 Sukoharjo Tahun Ajaran 2012/2013)*. Skripsi Studi S-1 FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tidak diterbitkan.
- Annisa, F. (2016). Pengaruh Elektronik Word Of Mouth (EWOM) di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Richeeseefactory). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB.* , Vol 4 No. 2.
- Anom, I. G. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Pada Toko Agung Bali. *Telkom University.ac.id*, Vol 5 No 1 <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/8545>.
- Apriani, P. R. (2022). *Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli di Etalase Pasar Baru Bandung (Etapasbar.id)*. Bandung: Skripsi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University.
- Ardhiani , L. N. (2015). Analisis Faktor-faktor Penerimaan Penggunaan Quipperschool.com dengan Menggunakan Pendekatan TechnologyAcceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (IPB) di SMA Negeri 7 Yogyakarta.
- Atmojo , R. N. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere, Product Assortment Dan price Terhadap Minat Beli Di Borma Kota Bandung* . Bandung : Skripsi S1 Administrasi Bisnis Telkom University .
- Azdy Putri, A. s. (2017). *Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Teknologi Pada Pengguna Instagram Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Akun Kementrian Parawisata)*. Bandung: Skripsi Universitas Telkom Bandung.
- Azhari, P. P. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kafe Nom Nom Eatry Bandung*. Bandung: Skripsi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University .

- Bastian, R. P. (2017). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Minat Bertransaksi Secara Online Di Tokopedia the Influence of Ease of Use and Perceived Usefulness on Consumer Attitudes and Interest in Online Transactions in Tokopedia*. Hal 1–16.
- Berman, Joel R. Evas, & Patrali Chatterjee. (2018). *Retail Manajement : A Strategic Approach, Global edition*. . Edisi 13. New Jersey: Person Education Limitid. .
- Bistara, D. N. (2018). Hubungan Kebiasaan Mengkonsumsi Kopi dengan Tekanan Darah Pada Dewasa Muda . *Jurnal Kesehatan Vokasional*, Vol.3 No.1.
- Databoks. (2021, [31 Juli 2018] Rabu). "*Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton*". Diambil kembali dari Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>
- Dataset Jumlah Restoran, Rumah Makan, dan Kafe Berdasarkan Wilayah Kota Bandung Dari tahun. (2014-2020)*. Diambil kembali dari Dinas Kebudayaan Parawisata Kota Bandung: Diambil dari : <https://disbudpar.bandung.go.id/>
- Dede, S., & Rachmad, S. (2021). The influence of Brand Image and Atmosphere Store On Purchase Decision For Samsung Brand Smart Phone With Buying Intervention as Intervening Variable. *ejournal.undiksha.ac.id*, Vol.5 No.2 Tersedia; <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>.
- Dian Pertiwi Wulandari, & A. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sejiwa Coffe*.
- Dirgantara, M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan & Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Diponogoro* , vol 6 No 4.
- Hamdani, A. H. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador NCT Dream Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Lemonilo Di Kota Bandung* . Bandung: Skripsi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University.

- Hussain, A. (2015). *Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention*. *International Journal of Marketing Studies*, 7 (2). Canadian Center of Science and Education.
- Jovita, C. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli. *Jurnal Bisnis Terapan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pajajaran Bandung*, Vol 1 No 1 <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296> .
- Jumlah Jenis Industri di Bandung. (2016-2018). Dilihat dari : Dinas Parawisata dan Kebudayaan Kota Bandung Tersedia : <https://disbudpar.bandung.go.id/>.
- Kamil, H. A. (2022). *Analisis Pengaruh Penggunaan Meida Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Brand Make Over* . Bandung: Skripsi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University.
- Kebudayaan Kota Bandung, D. P. (2016-2018). *Jenis Industri di Bandung*. Diambil kembali dari Dinas Kebudayaan dan Parawisata Kota Bandung: <https://disbudpar.bandung.go.id/>.
- Kebudayaan, D. P. (2021, November). "*Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Kafe Berdasarkan Wilayah Kota Bandung di Jawa barat*". Diambil kembali dari Open Data Jabar:
- Diambil dari : <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-restoran-rumah-makan-dan-cafe-berdasarkan-kabupatenkot>
- Kompasiana. (2022, 22 Juli). *Budaya "Ngopi" di Coffee Shop bagi Kalangan Generasi Z di Indonesia*.
- Lestari , A. T. (2016). *Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan T-Cash di Kota Bandung* . Bandung : Skripsi Tesis Universitas Telkom Bandung .
- Lufityanti, G. (2016., Agustus Minggu). *Warunk Upnormal Memiliki 23 Cabang Di Seluruh Indonesia*". Diambil kembali dari Tribun Jogja.com:

<https://jogja.tribunnews.com/2016/08/28/warunk-upnormal-miliki-23-cabang-di-seluruh-indonesia>.

Melihat.Co, J. (2021, 16 Februari). *Data Pertumbuhan Bisnis Coffe Shop di Indonesia*.

Diambil kembali dari Jernih Melihat.co: Diambil dari :
<https://jernihmelihat.co/data-pertumbuhan-bisnis-coffee-shop-di-indonesia-25063964>.

Meliyati , W. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Produk Informa Furnishings Festival Citylink Bandung* . Bandung : Skripsi S1 Administrasi Telkom University .

Nilowardono, P. i. (2019). Brand Image relationship, Merchandise, And Atmosphere Store With The Interest Of Buying A Brand Warehaouse At Sogo Galaxy mall Surabaya. *Jurnal Ekonomi Vol.20 No. 1*,

Tersedia : <https://ejournal.worldconference.id/index.php/eko>.

Padmadikara, A. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Sosial Media Marketing, Dan Lifestyle Terhadap Purchase Decisions Di Dejima Kohi*. Bandung: Skripsi S1 Adminsitration Bisnis Fakultas Kominikasi dan Bisnis Telkom University 2021.

Panca, A. (2020, 13 November). “*Update Daftar Lengkap Harga Menu di Warunk Upnormal*”. Diambil kembali dari Harga.web.id: Diambil dari :
<https://harga.web.id/daftar-lengkap-harga-menu-di-warunk-upnormal.info>
(Latar belakang)

Pitra, B. D. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen pada Armor Kopi*. Bandung: Skripsi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University.

Pratama , E. C. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Customer Loyalty Melalui Saticfaction (Studi Pada Gehenna Kopi)* . Bandung: Skripsi S1 Administrasi Bisnis Telkom University .

Pratama , M. A., & Drs. Saryadi M.Si. (2018). Influence Of Promotions, Store Atmosphere, And Easy Payment Against Impulse Buying (Case Study Of

Matahari Department Store Java Supermall Semarang). *ejournal3, undip.ac.id*, Vol 7 No 3.

- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Putra , B. D. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Armor Kopi bandung. Profile Transmart. *Unikom.ac.id* , Vol 8 No 2 .
- Qulub, A. S. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Cirebon)*. Cirebon: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isalm Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Rachman, H. F. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kopi Patok Di Kota Tasikmalaya)*. Tasikmalaya: Skripsi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Telkom University.
- Racmawati, I. K., Bukhori, M., Nuryanti, F., Marta, D., & Hidayatullah, S. (2020). The Effect Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Online Buying Interest Is Through The Attitude Of Using Social. *Researchgate.net*.
- Rahimah, N. L. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Dengan Mediasi Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Scarlet Whitening Di Aplikasi Shopee*. Bandung: Skripsi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University .
- Rahman, J. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Kemudahan Produk E-Samsat Terhadap Kepuasan Pelanggan Selama Pandemi COVID-19 Di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten (BJB) Kantor Cabang Majalaya* . Bandung: Skripsi:Telkom University S1 Administrasi Bisnis.
- Rakhmawati , R. K. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Product, Assortment dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Transmart Carrefour Buah Batu* . Bandung : Skripsi: Telkom University S1 Administrasi Bisnis .

- Raziqan, R. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lion Parcel Kabupaten Bandung*. Bandung: Skripsi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University.
- Riarin Karina Rakhmawati, A. F. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere Product, Assortment & Harga Terhadap Minat Beli Pada Transmart Buah Batu Bandung*.
- Rizanty, M. A. (2021, 5 Mei). *10 Provinsi Di Indonesia yang Paling Banyak Memiliki Jumlah Restoran Tersebar Pada tahun 2019*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik:
- Diambil dari : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/05/inilah-provinsi-yang-paling-banyak-jumlah-restorannya>
- Rizaty, M. A. (05 Mei 2021). *10 Provinsi yang Paling Banyak Jumlah Restorannya Pada Tahun 2019*.
- Diambil dari : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/05/inilah-provinsi-yang-paling-banyak-jumlah-restorannya>.
- Rizki, R. N., & Wardhana, A. (2016). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Caffe Bene Bandung*.
- Sanjaya, W. (2015). *Media Komunikasi Pembelajaran*. Kencana Prenada Media Group.
- Sanusi, a. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Saras sati, R. S., & BBA., M. M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card. *Repository.stie.ac.id*, 8-20.
- Sari, I. P. (2022). Analisis Preferensi Pilihan Gen Z Dalam Memilih Minuman Kopi. *Jurnal Skripsi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom*, Vol.9, No.3. Hal 1316.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta : Salemba 4.

- Sekaran, U. (2011). *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sengguruh, K. I. (2019). Brand Image Relationship, Merchandise, And Atmosphere Store With The Interest Of Buying A Brand Ware Hose At Sogo Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Ekonomi*, Vol 20 No 1 <https://ejournal.worldconference.id/index.php/eko/article/view/70>.
- Shiddhibongsa, D. S. (2016). The Influences Of Atmosphere On Purchase Intention Toward a Fast Fashion Brand in Bangkok. *AU GBS ejournal MBA graduate at Assumption University, Graduate School of Business.* , Vol 9 No 1.
- Top Brand Gen- Z Index*. (2021, 27 Juni). Diambil kembali dari Top Brand Award : <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Trihendrawan, N. 2. (2020, 13 Desember Minggu). “*Industri Kuliner Berkembang Pesat di Indonesia*”. Diambil kembali dari Sindo News.com: <https://daerah.sindonews.com/read/266736/701/industri-kuliner-berkembang-pesat-di-indonesia-1607861534>
- Umroh, Rachma, A. N., & & Fitria, M. A. (2022). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Aplikasi Jd Id Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Jurusan FEB UNISMA Malang)*.
- Verdeski, R. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Armor Kopi*. Bandung: Skripsi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan bisnis Telkom University.
- Wartaekonomi, E. (2020., 05 Februari Rabu). “*Berjuang Dari nol, Kisah Pendiri Upnormal Patut Diacungi Jempol*”. Diambil kembali dari Wartaekonomi, Entrepreneur: <https://entrepreneur.wartaekonomi.co.id/read270223/berjuang-dari-nol-kisah-pendiri-warunk-upnormal-patut-diacungi>
- Wulandari , D. P. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sejiwa Coffee*. Bandung: Skripsi: Manajemen Bisnis Telekomunikasi Dan Informatika. Telkom University.

Yulisetiari, D. K. (2018). *Pengaruh nilai pelanggan, kualitas layanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan penumpang Kereta Api Sri Tanjung Jember-Yogyakarta PT. KAI DAOP IX Jember. Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis III (SNMB3). 3: 288-289.*