

DAFTAR PUSTAKA

- Abelia, H. I., Heriyanto, M., & Safitri, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan IndiHome pada PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan Pekanbaru. *Jambura*, 6(1). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Ariantoro, D. P. H., & Satrio, B. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–23.
- Bastian, R., & Budhiarti, A. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Omah Kopi 3 Mas Surabaya. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 11(11), 1–18.
- Christopher, H., Sutiono, L., & Lesmana, R. (2021). Analisis Pengaruh Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Benua Emas Singkawang. *Riset Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 68–82.
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2021). Studi Empiris tentang Kontribusi Harga, Varian Produk, dan Kemasan terhadap Pembentukan Minat Beli Produk Sabun Mandi Batang (Studi Kasus terhadap Pekerja Rantau di Kota Surabaya). *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 4(1), 33–48.
- 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. <https://doi.org/10.32815/jpro.v2i2.846>
- Dewi, R. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Kekuatan Iklan Terhadap Minat Pembelian. *Akuntansi Manajemen*, 18(2), 1829–8524.
- Fang, F., & Sukati, I. (2023). Pengaruh Varian Produk, Store Atmosphere, Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Board Games Cafe Batam. *Pengaruh Varian Produk, Store Atmosphere, Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Board Games Cafe Batam*, 8(4), 4392–4402.
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi*. Pascal Books.
- Fernando, & Evyanto, W. (2023). Pengaruh daya tarik iklan melalui instagram dan minat beli terhadap keputusan pembelian pada luar garis coffee shop. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 23(2), 15–25.
- Fitria, A. D., & Sijabat, R. (2021). The Influence of Store Atmosphere and Social Media Marketing on Purchase Decisions through Prices at the Unnathi Pakubuwono Beauty Clinic Jakarta. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal)*, 4(4), 13732–13747. <http://www.bircu->

journal.com/index.php/birci/article/view/3457

- Fortona, D. H., & Aisah, S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Cosmetics di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 237–243.
- Gonie, L. C. P. F., Tumbel, A., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan dan Kopi Chamar Kawangkoan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 224–232.
- Halim, J. M., Soeprpto, V. S., & Julianto, E. (2023). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Groen Kopi. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 430–439. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.61975>
- Haqiqi, F., & Khuzaini. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Atmosfir Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(4), 2–20.
- Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pancious SOMA Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–295. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1743>
- Intansari, B. A. (2022). Pengaruh merchandising sensorik dalam neuromarketing terhadap keputusan pembelian pelanggan di toko kelontong modern. *Journal of Environment and Management*, 3(2), 125–134. <https://doi.org/10.37304/jem.v3i2.5504>
- Kasman, H. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Inconnet (Studi Kasus Perumahan Sidomulyo Pekanbaru). *Jotika Journal In Management and Entrepreneurship*, 2(2), 91–99. <https://doi.org/10.56445/jme.v2i2.71>
- Khuswatun, A., & Yulianti. (2022). Pengaruh Variasi Produk , Harga , Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 5, 341–349. <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/1133/1131>
- Koesworodjati, Y., & Fadillah, M. I. (2022). the Effect of Product Mix and Company Image on Purchase Decisions on E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 15(01), 61–66. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v15i01.5325>
- Lau, O. S., Maruli, E., Awang, M. Y., & Anigomang, F. R. (2023). Analisis Pengaruh Variasi Produk Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Di Dealer Honda PT. Mpm Motor Di

- Kota Kalabahi Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 983–1000.
- Lesmana, J. C., & Andy. (2022). Pengaruh Harga , Variasi , & Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Pakaian Wanita Melalui Shopee (Studi Kasus Di Kota Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–13.
- Loebis, R. S., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh Iklan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 11(12).
- Mediaindonesia.com. (2022). *Bisnis Kafe dan Resto Usung Optimisme Bangkit di 2022*. M.Mediaindonesia.Com.
- Munawar, R., & Haryani. (2021). Pengaruh Varian Produk, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Unit Toko Koperasi Akademi Kepolisian (Akp) Semarang. *Dharma Ekonomi*, 28(1).
- Noor, Z. Z. (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*. CV Budi Utama.
- Novetania, R., & Lestari, B. (2022). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Alcedo Kafe Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2), 223–228. <http://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/451/279>
- Nurhidayah, M., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga , Promosi , Dan Atmosphere Store Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Aadc Coffee & Eatery Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 4. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4069>
- Nurika, I., Junaida, E., & Bulan, T. P. L. (2023). The Effect of Promotion and Store Atmosphere on Purchasing Decisions. *Journal of Accounting Management Business and International Research*, 2(2), 83–99.
- Parela, E. (2020). Pengaruh Varian Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Centra Batik Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 1(1). <https://doi.org/10.57084/jmb.v1i1.214>
- Saadah, F. N., Syahrul Alim, & BR, K. S. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Miniso Store Mall Lippo Cikarang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1254–1264. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1278>
- Sandrina, S., & Dirbawanto, N. D. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Fitur Tiktok Shop Di Aplikasi Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Medan). *Jurnal Price : Ekonomi Dan Akuntansi*, 01(02), 79–88.
- Sari, S., & Indria, I. (2022). Strategi Komunikasi Merek Melalui Pemasaran

- Berbasis Empati bagi Pelaku UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bengkulu. *DIKSI: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Sosial*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.53299/diksi.v3i1.123>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Solihin, D., Ahyani, & Setiawan, R. (2021). The Influence Of Brand Image And Atmosphere Store On Purchase Decision For Samsung Brand Smartphone With Buying Intervention As Intervening Variables (Study on Samsung Experience Store Karawaci Customers). *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262–270. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.30847>
- Solikhah, A. N., & Krishernawan, I. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Electronic Word of Mouth terhadap keputusan pembelian di e-commerce shopee (studi kasus pada pengguna e-commerce shopee di Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto). *Urnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 154–166.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Kustantina, K., & Darmawan, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Daging Segar. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(01), 52–64. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i01.611>
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.
- Wandasari, N. K. R. D., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Instan Merek Sedaap Di Kota Denpasar. *Values*, 1(3).
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Usia Sebagai Moderator. *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1041–1050.
- Widyaswari, I. G. A. A. W., Yogantari, M. V., & Dhananjaya, A. E. (2021). Kajian pengaruh periklanan komunikasi visual melalui media sosial terhadap daya tarik konsumen restoran di Canggu, Bali. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 23–32.
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store’S Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>

Zebua, D., Putri Farida Zebua, D., Elhan Gea, N., & Natalia Mendrofa, R. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli Marketing Strategy Analysis in Increasing Product Sales in Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *1299 Jurnal EMBA*, *10*(4), 1299–1307.