

REFERENCES

- Anggraeni, R. N., & Samboro, J. (2019). PENGARUH HARGA DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BAEGOPA? MALANG. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis Volume:5 Nomor:1 E-ISSN: 2407-5523 ISSN :2407-3741*.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Ansori, P. B., & Lestari, L. (2017). PENGARUH STORE ATMOSPHERE (SUASANA TOKO) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT.METRO ABADI SEMPURNA SEMESTA PEKANBARU.
- Asnidar. (2019). *STATISTIK DESKRIPTIF EKONOMI DAN BISNIS*. CV. Pilar Nusantara.
- Cambridge University Press. (2021). *Hospitality Industry*. Retrieved from Cambridge Dictionary: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/hospitality-industry>
- Collins. (2021). *Definition of Hospitality*. Retrieved from Collins: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/hospitality>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ekowati, S., Finthariasari, M., & Aslim. (2020). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA

ELEVEN CAFE BENGKULU. *JURNAL ILMIAH AKUNTANSI, MANAJEMEN & EKONOMI ISLAM (JAM-EKIS) VOLUME 3, NO. 1.*

Faaza, M. M., & Samboro, J. (2019). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA AMSTIRDAM COFFEE & ROASTERY MALANG. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis Volume:5 Nomor:2 E-ISSN: 2407-5523 ISSN :2407-3741.*

Firdaus, M. M. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF DILENGKAPI ANALISIS REGRESI IBM SPSS STATISTICS VERSION 26.0.* Riau: Dotplus.

Hayati, R. (2021, June 8). *Pengertian Hipotesis Penelitian, Jenis, Manfaat, dan Cara Membuatnya.* Retrieved from <https://penelitianilmiah.com/hipotesis-penelitian/>

Jatiningrum, C., & Marantika, A. (2021). *Good Corporate Governance dan Pengungkapan Enterprise Risk Management di Indonesia.* Indramayu: Adab.

Katarika, D. M., & Syahputra. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica, Vol. 1 No. 2 ISSN: 2355-0295, E-ISSN: 2549-8932.*

Kurnain, R. N., & Marlina, N. (2021). PENGARUH CAFE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN FRUTS CAFE SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 9 No 2 ISSN 2337-6078.*

- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lisdayanti, A. (2017). The Influence of Location, Store Atmosphere, Price, and CRM on Consumer Purchase Decision at The Milk Bar Bandung. *Journal of Accounting, Management, and Economics Vol. 19, No. 2, 2017, pp. 35-46*.
- Mandasari, A. D. (2020). PENGARUH CAFE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MI RAMPOK DI LAMONGAN. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 8 No 2 ISSN 2337-6078*.
- Manning, L. (2018). The value of food safety culture to the hospitality industry. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. Retrieved from Worldwide Hospitality and Tourism Themes.
- Mufarrikoh, Z. (2020). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Ovan, & Saputra, A. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Perkasa, R. P., Firdaus, M., & Pudjanarso, A. (2021). IMPACT OF SERVICE QUALITY, ATMOSPHERE OF STORE, PRICE AND WORD OF MOUTH ON PURCHASE DECISIONS IN SWIWINGS, JEMBER.

Journal of Management and Business Application Vol. 4, No. 1, page 399 - 406.

- Putri, M. A. (2018). *PENGARUH HARGA, LOKASI, STORE ATMOSPHERE, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA RESTORAN WARUNK UPNORMAL CINERE)*. Retrieved from [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/42892/1/MAU DINA%20AISYAH%20PUTRI-FEB.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/42892/1/MAU%20DINA%20AISYAH%20PUTRI-FEB.pdf)
- Ramadhanti, S. H. (2017). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Excelso Jalan Sulawesi No. 71 Surabaya)*. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 5 Nomor 1 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*.
- Redondo, E., & Rosita, N. H. (2021). *THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE, PRICE, AND LOCATION TOWARDS PURCHASE DECISION (STUDY ON ROKETTO COFFEE & CO MALANG)*. Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/viewFile/7391/6380>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rohmawati, I. (2019). *PENGARUH CAFE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN DAPURANE TIA KEDUNGADEM-BOJONEGORO*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 07 No. 01 ISSN 2337- 6708*.

- Rukajat, A. (2018). *PENDEKATAN PENELITIAN KUANTITATIF QUANTITATIVE RESEARCH APPROACH*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sudaryono. (2021). *Statistik 1 Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiarto, & Setio, H. (2021). *STATISTIKA TERAPAN UNTUK BISNIS DAN EKONOMI*. Yogyakarta: ANDI.
- Tanjung, A. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *JURNAL MANAJEMEN PELITA BANGSA VOL. 05 NO. 03*.
- Wahyuningtyas, Y. F., & Fatmawati. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Dapur Mpok Duren. *Jurnal Solusi Volume 15, Nomor 1, ISSN 1907-2376*.
- Yulianto, N. A., Maskan, M., & Utaminingsih, A. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: POLINEMA PRESS.