

REFERENCES

- Ababil, D., & Sari, D. (2022). Pengaruh Service Quality, Product Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di toko H&M (Studi Pada Toko H&M Bandung). *Journal of Management*1, 05, 02.
- Adhinda Triana Diputri dan Anindita Lintangdesi Afriani. 2022. Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Brand Image PT Hijau Indah Selaras. *Jurnal Communicology Vol.10 (No.2)* : hal. 169 – 187.
- Afifi, M. F., & Wahyuni, D. U. (2019). Pengaruh Store Atmosphere dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(3), 1–18.
- Agi and Kerti.i (2023). The Role of Brand Image Mediates The Influence of Social Media Marketing And Content Marketing on Purchase Decisions: A Study on Consumers Of Umah Lokal Coffee & RoasteryIn Denpasar. *Jurnal*.
- Ahmed., et.al. (2023). Effect of brand trust and customer satisfaction on brand loyalty in Bahawalpur. *Journal of Sociological Research*. ISSN 1948- 5468 2014. Vol. 5, No. 1.
- Alam, Asep Saepul. 2023. Pengaruh Penggunaan Sosial Media Instagram Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Cafe Sela Kopi Cianjur. https://www.researchgate.net/publication/372346414_PENGARUH_PENGUNAAN_SOSIAL_MEDIA_INSTAGRAM_TERHADAP_MINAT_BELI_DAN_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_KONSUMEN_DI_CAFE_SELA_KOPI_CIANJUR
- Alyusi, S. D. (2021). *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Arfah, Y., & Nasution, B. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* . Jakarta: Inovasi Pratama Internasional.
- Ardiansyah, I., & Maharani, A. (2020). *Optimalisasi Instagram sebagai Media Marketing*. Bandung: Cendekia Press.
- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 98-107.
- Arif Rahman. (2020). *Strategi Dasyat Marketing Mix for Small Business: Cara Jitu. Merontokkan Pesaing*. TransMedia. Jakarta
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Arindita , A.R. dan Sulistyanyingtyas, I. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan di Olimart PT Wina Wira Usaha (Studi Eksplantif Kuantitaif mengenai Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Citra Perusahaan di Olimart PT Wina Wira Usaha melalui Kepuasan customer). <http://www.e-journal.uajy.ac.id/4325/>
- Berman, Barry, and Evans, J. R. (2021). Retail Management : A Strategic Approach (Terjemahan). CV Alfabeta.
- Budhipurwwa, Ida Ayu Nengah dan I Gde Ketut Warmika. 2022. The Role Of Brand Image As Mediation In The Effect Of Store Atmosphere On Impulse Buying (Study On Beachwalk Shopping Center Customers). American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR) e-ISSN :2378-703X Volume-5, Issue-2, pp-187-193.
- Chrismardani, Y. (2022). Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk Umkm. 8(2), 14.
- Eriyanto. (2021). Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu – Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Pertama. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP
- Ferdinand, Augusty. 2019. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas. Diponegoro. Semarang.
- Hair J.F., et al. 2019. Multivariate Data Analysis. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hajar Siti dan I Putu Gde Sukaatmadja. (2021). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. E-Jurnal Manajemen Unud Vol 5 : 6580-6605.
- Hartanto. 2020. Brand & Personal Branding. Yogyakarta: Denokan Pustaka.
- Idrus, Al S. (2021). Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian. Media Nusa Creative.
- Keller, K.(2020). Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity. New Jersey: Prentice Hall.
- Kircova, Í., Yaman, Y., & Köse, Ş. G. (2021). Instagram, Facebook or Twitter: Which Engages Best? A Comparative Study of Consumer Brand Engagement and Social Commerce Purchase Intention. European Journal of Economics and Business Studies, 10(1), 279. <https://doi.org/10.26417/ejes.v10i1.p279-289>
- Kusuma, I. G. (2023). Kontruksi Kepuasan untuk Loyalitas Pelanggan Konsep, Skala dan Aplikasi. Bali: Intelektual Manifes Media.

- Levy, M., & Weitz, B. A. (2020). *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw Hill Higher Education
- M. T. Afwan, and S. B. Santosa, 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara)," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 9, no. 2, Mar. 2021
- Mahiri, Eli Achmad. (2020) "Pengaruh, Brand Image dan Store Atmosfer Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran". *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol 11(3).
- Mamuaya, Nova Ch dan Marice P. Leg. 2023. Faktor Situasional Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Food Dan Non-Food. *Jurnal Keuangan dan Bisnis* Volume 21 No 2. <https://journal.ukmc.ac.id/index.php/jkb/article/download/946/971/5458>
- Manik, Cindy Megasari. 2021. Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Starbucks di Kota Medan). Skripsi.
-
- Mendoza, N. A (2021). Too Popular To Ignore: The Influence Of Online Reviews On Purchase Intention Of Search And Experience Products. *Journal of Interactive Marketing*. Vol.27 226-235.
- Narayana, K. G. S., dan G.B., Rahanatha. 2020. Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1962.
- Prabowo, Aditya. (2022). Analisis Pengaruh Brand Trust dan Brand Image Terhadap Keputusan pembelian. Vol 2 No.2. ISSN : 2085 : 0972.
- Pradana, N. R., & Wardana. 2019. PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN (Studi pada Keluarga Konsumen Toko Ritel di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(2), 71–82.
- Purboyo, Hastutik, S., Kusuma, G. putu eka, Sudirman, A., Wardana, A., Kartika, R.D., Erwin, Hilal, N., Syamsuri, Siahainenia, S. & Marlina, N. 2021. *Perilaku Konsumen (tinjauan konseptual dan praktis)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Putri,, Ragilia Asri & Primasatria Edastama. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Melalui Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Coffee Shop Pada Generasi Z . *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 1(4), 165–177. <https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v1i4.1457>

- Qomariah, N. (2021). Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung: Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, Dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai. Pustaka Abadi: Jember
- Rahmat, Arief Aditya (2020) Pengaruh Dimensi-Dimensi Store Atmosphere Terhadap Brand Image Coffee Shop Jacob Koffie Huis. Tugas Akhir (S1) - thesis, Universitas Bakrie.
- Ramadhan, Abdurrahman Hikmah; Suharyono; Kumadji, Srikandi . 2021. Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)Vol. 28 No. 1 November 2021.
- Sa'adah, L. 2018. Efektifitas Viral Marketing Menggunakan Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee. Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang.
- Santoso, A., Baihaqi, I., & F. Persada, S. (2020). Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. Jurnal Teknik ITS
- Sarwono.2020. Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS.Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sawlani, D.K. 2021. Keputusan Pembelian Online : kualitas website, keamanan dan kepercayaan. surabaya: Scopindo Media pustaka.
- Sekaran, Uma. (2020), Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2023). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Edisis kedua,. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Umair, A., & Khan, K. M. (2019). Impact of Store Atmosphere on Impulse Buying Behaviour:our:. International Journal of u- and e- Service, Science and Technology, 43-60.
- Wibowo, Adi, D. L.,. (2022). Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran. Bandung: Alfabeta
- Widyanto, I. A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Distro Planet Surf Mall Olympic Garden kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 1-6.

Wijaya. Indriany M. 2020. The Influence Of Brand Image Brand Personality And Brand Awareness On Consumer Puchase Intention Of Apple Smartphone. ISSN 2303-1174 Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013. Hal. 1562-1570.

