

BIBLIOGRAPHY

- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 328-340.
- Akbar, S., & Tjahjaningsih, E. (2023). Influence Of Lifestyle, Price Perception And Store Atmosphere On The Purchase Decision (Study ON Zabo Coffee And Resto Jombang Consumers). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 2192–2202. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Clarence, K. C. C., & Nainggolan, R. (2024). PENGARUH PERSEPSI HARGA, ATMOSFER TEMPAT, DAN VARIASI MENU TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GISOE COFFEE SURABAYA. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 9(2), 112-126.
- Diandra, D., & Azmy, A. (2020). Understanding Definition of Entrepreneurship. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 7(5). www.ijmae.com
- Economic Times. (2025). What is 'Marketing'. <https://economictimes.indiatimes.com/definition/marketing?from=mdr>
- Fadjarajani, S., Abduh, R., & Patimah, S. (2020). *Metodologi Penelitian, Pendekatan Multidisipliner* (A. Rahmat (ed.)). Ideas Publishing.
- Fitria, A. N., & Christina, D. (2023). ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM, WORD OF MOUTH DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN FESYEN NOOR. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 8, Issue 2).
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Investopedia. (2024). Marketing in Business: Strategies and Types Explained. From: <https://www.investopedia.com/terms/m/marketing.asp>
- Junifanto, I., Agustina, T., & Handoko, Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Lifestyle, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 2(1).

- Kevin, A., & Simon, Z. Z. (2024). The Influence of Price Perception, Service Quality, Store Atmosphere and Word of Mouth on Purchasing Decisions. *Research of Economics and Business*, 2(2), 94-106.
- Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan, Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 355-370.
- Marlius, D., & Mutiara, M. (2022). Pengaruh Merek, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Smartphone Oppo pada Rindo Cell di Surantih Kecamatan Sutera Kabupaten Pesisir Selatan). *Jurnal Economina*, 1(4), 768-783.
- Paul, J., Alhassan, I., Binsaif, N., & Singh, P. (2023). Digital entrepreneurship research: A systematic review. *Journal of Business Research*, 156, 113507. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2022.113507>
- Putra, B. N. K., & Vipraprastha, T. (2022). Personal Branding, Social Media Marketing, Dan Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Buying Decision Pada Konsumen E-Commerce Shopee. *Modus*, 34(1), 75-84.
- Putra, R. A. B., Wijayanto, H., & Sumarsono, H. (2022). Pengaruh Word of Mouth (WOM), Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UD. Sri Mulyo Agung). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(1), 115-127.
- Rahayu, C. P., & Witjaksono, B. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic word of mouth Terhadap Purchase decision Melalui Brand Awareness Pada Produk Kopi Kenangan. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 88-105.
- Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79–90. <https://doi.org/10.1002/JOE.22217>
- Sadman. Sajid. (2023). What is Word-of-mouth Marketing? Know the Benefits. <https://fluentsupport.com/what-is-word-of-mouth-marketing-know-the-benefits/>

- Salsabila, A., & Astuti, B. (2023). The Effect of Instagram Social Media Marketing on Purchase Decisions at Kopi Kenangan. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 3(04), 289-315.
- Sarah, K. S., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Analisis c Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Clothing Linkswear. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 12(3), 397-411.
- Sirclo. (2020). Manfaat Sosial Media Marketing untuk Bisnis dan Strategi Menjalankannya. <https://icubeonline.com/news-blog/2022/7/19/manfaat-sosial-media-marketing-untuk-bisnis-dan-strategi-menjalankannya>.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Suharyanto, S., & Lestari, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Lain Hati di Grand Galaxy City Bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 9(2), 10-24.
- Suryani, R., & Suyaman, D. J. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Media Sosial Instagram dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Karawang. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 297-306.
- Tannady, H., & Suyoto, Y. T. (2022). Analysis of the Influence of Brand Image and Store Atmosphere on Consumer Purchasing Decisions at Coffee Shops in Jakarta. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 1(6), 749-758.
- Wiliana, E., Purnaningsih, N., & Muksin, N. H. (2020). Pengaruh Influencer dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng di Serpong. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin Universitas Muhammadiyah Tangerang*, 2, 2020. <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/senamu/index>

- Wulandari, K. A., & Iriani, S. S. (2020). Store atmosphere dan gaya hidup hedonis sebagai penentu keputusan pembelian (studi pada konsumen rolag kopi kayoon surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 909-920.
- Wulandari, R. I., & Purwanto, S. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Kedai Kopi Fore di Surabaya. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(10), 11517-11520.
- Yotpo (2025). Understanding the Consumer Decision Making Process. <https://www.yotpo.com/resources/consumer-decision-making-process-ugc/#:~:text=Consumers%20make%20purchase%20decisions%20based,functionality%2C%20price%2C%20ease%20of%20use>
- 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.