

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung
- Dwijayanto, Andy. 1 Oktober 2019. <https://industri.kontan.co.id/news/starbucks-akan-mebuka-10-gerai-lagi-di-kuartal-iv>  
2019#:~:text=Anak%20usaha%20PT%20MAP%20Boga,di%20berbagai%20kota%20di%20Indonesia (Diakses pada 10 April 2021)
- Gobiz.co.id. 26 Agustus 2019. <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/bisnis-ritel/>  
(Diakses pada 9 april 2021)
- Herdianto, Dendy. 13 Oktober 2019. <https://qazwa.id/blog/data-pertumbuhan-bisnis-ritel-di-indonesia/> (Diakses pada 9 April 2021)
- Kartika & Syahputra, 2017; Matondang & Kesuma, 2020; Nofiawaty, 2014; Santosa, 2019; Science, 2016; Tansala et al., 2019)Kartika, D. M., & Syahputra. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 162–171.
- Katadata. 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton> (Diakses pada 9 April 2021)
- Kompas.com. 4 Juli 2020. <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/07/04/08090451/fakta-kasus-pelecehan-lewat-cctv-di-starbucks?page=all> (Diakses pada 10 April 2021)
- Kotler, Philip, dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Erlangga, Jakarta.
- Mahrizal, Victor. 20 Agustus 2014. <https://jogja.tribunnews.com/2014/08/20/starbuck-raih-the-1st-oci-award> (Diakses pada 10 April 2021)
- Matondang, S. P. S. B., & Kesuma, T. M. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di 212 Mart Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(3), 469–487. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Nofiawaty, beli yuliandi. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal of Menegement and Bussines*, 75–82.

- Pergikuliner.com. 25 Maret 2021 <https://pergikuliner.com/blog/alasan-kenapa-coffee-shop-lebih-disukai-anak-muda> (Diakses pada 10 April 2021)
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148–158. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1613>
- Science, A. (2016). *the Role of Store Atmosphere for the Customer Purchasing Decision Little*. 2(2), 475–500.
- Shafira, Aulia. 12 Oktober 2020. <https://www.kompasiana.com/firashfraa/5f8468168ede48780a2f0a72/jumlah-konsumsi-kopi-meningkat-saat-pandemi-kualitas-kopi-di-indonesia-menurun> (Diakses pada 26 Maret 2021)
- Soliha, Euis. (2008). Analisis Industri Ritel Di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 128-142.
- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23496.21-27>
- Topbrand-award.com, [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_index=Top%20Brand%20For%20Teens&tbi\\_year=2020](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top%20Brand%20For%20Teens&tbi_year=2020). (Diakses pada 10 April 2021)
- Unzilla, A. R. 8 Januari 2021. <https://economy.okezone.com/read/2019/01/08/320/2001571/perjalanan-starbucks-dari-1-toko-kopi-hingga-punya-30-000-kafe-di-dunia> (Diakses pada 10 April 2021)