

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. S. Pratomo, “Motivasi Masyarakat Melakukan Kegiatan Sandboarding Sebagai Sarana Olahraga Rekreasi Di Pantai Parangkusumo Yogyakarta Tahun 2014,” *J. Phys. Educ. Sport Heal. Recreat.*, vol. 04, no. 12, pp. 2270–2277, 2015.
- [2] R. Kumalasari, W. Gutama, and D. Pratiwi, “Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Berkunjung ke Agrowisata Café Sawah Pujon Kidul,” *Habitat*, vol. 29, no. 2, pp. 65–75, 2018, doi: 10.21776/ub.habitat.2018.029.2.8.
- [3] C. A. M. Rooroh, S. Moniharapon, S. J. R. Loindong, P. S. Cafe, K. Pelayanan, and D. A. N. Harga, “( STUDI PADA CAFE CASA DE WANEA MANADO ) THE INFLUENCE OF CAFE ATMOSPHERE , SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION ( STUDI PADA CAFE CASA DE WANEA MANADO ) Kata Kunci : Suasana Cafe , Kualitas pelayanan , harga , Kepuasan Pelanggan Jurnal EMBA,” vol. 8, no. 4, pp. 130–140, 2020.
- [4] M. Nisrina, *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis, 2015.
- [5] I Ketut Yasa, “New Normal Digital Marketing (Instagram) Effect on Purchase Intention (Case Study in Wingstop Restaurant),” *Eur. J. Bus. Manag.*, vol. 13, no. 21, pp. 2020–2022, 2021, doi: 10.7176/ejbm/13-21-06.
- [6] R. P. Putra and W. Sastika, “the Influence of Social Media Marketing Through Instagram on Buying Interest in Café.in Bandung 2020,” *J. e-Proceeding Appl. Sci.*, vol. 6, no. 2, pp. 1411–1418, 2020.
- [7] F. Muslihah, “PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DALAM PANDANGAN ISLAM (Studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung angkatan 2014-2016),” NIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG, 2018.
- [8] A. N. Mason, J. Narcum, and K. Mason, “Social media marketing gains importance after Covid-19,” *Cogent Bus. Manag.*, vol. 8, no. 1, 2021, doi: 10.1080/23311975.2020.1870797.
- [9] R. Meldarianda, H. Lisan, U. Kristen, and M. Bandung, “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung,” *J. Bisnis dan Ekon.*, vol. 17, no. 2, pp. 97–108, 2010.
- [10] E. R. Tamher, W. Tabelessy, and G. Tahapary, “Atmosfer cafe pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan cafe pasir putih di kota Ambon,” *J. Manaj. SOSO-Q*, vol. 7, no. 2, pp. 97–112, 2019.
- [11] E. Wijayanto and Suharti, “Jurnal manajemen dewantara,” *J. Manaj.*

*Dewantara*, vol. 2, no. 2, pp. 95–104, 2018.

- [12] A. H. Ramadhan, “PENGARUH CITY BRANDING TERHADAP MINAT BERKUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG ( Survei pada Wisatawan Kota Surabaya 2015 ),” 2015.
- [13] D. Theodora, “Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung,” *N. J. Ilmu Inf. dan Perpust.*, vol. 12, no. 1, pp. 37–47, 2021, doi: 10.20473/pjil.v12i1.25152.
- [14] F. Rohmah, R. Sari, and Y. Anggraini, “Pengaruh Suasana Toko ( Store Atmosphere ) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk,” 2020.
- [15] A. K. Purnomo, “Pengaruh Cafe Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Gen Y pada Old Bens Cafe,” *J. Manaj. Maranatha*, vol. 16, no. 2, p. 133, 2017, doi: 10.28932/jmm.v16i2.384.
- [16] Muchsinin and T. Rahmawati, “Teori Hipotesa dan Proposisi Penelitian,” *Scholast. J. Pendidik. dan Kebud.*, vol. 2, no. 2, pp. 188–203, 2020.
- [17] M. S. Gladis Punky Suharto, Dra. Sri Suryoko, “PENGARUH GAYA HIDUP, SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GIGGLE BOX CAFE & RESTO SEMARANG,” *J. Ilmu Adm. Bisnis*, no. 024, 2017.
- [18] SuharJanti, “Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST) 2014 Yogyakarta, 15 November 2014 ISSN: 1979-911X,” no. November, pp. 155–160, 2014.
- [19] S. F. Harahap and S. Tirtayasa, “Pengaruh Motivasi , Disiplin dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT . Angkasa Pura II ( Persero ) Kantor Cabang Kualanamu Sandhi Fialy Harahap Satria Tirtayasa PENDAHULUAN Kinerja karyawan sebagai salah satu elemen utama yang dapat ditingkat,” vol. 3, no. 1, pp. 120–135, 2020.
- [20] I. Imron, “Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang,” *Indones. J. Softw. Eng.*, vol. 5, no. 1, pp. 19–28, 2019, doi: 10.31294/ijse.v5i1.5861.
- [21] R. S.-2018 RCK Dewi, “PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FRUT’S CAFE JOMBANG,” vol. 4, no. 1, pp. 1–23, 2016.
- [22] E. R. Tamher, W. Tabelessy, and G. Tahapary, “Atmosfer Cafe Pengaruhnya Terhadap Putih Di Kota Ambon,” *J. SOSOQ*, vol. 7, no. 2, pp. 97–112, 2019.
- [23] Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 2nd ed. Yogyakarta: Alfabeta Bandung, 2019.