

DAFTAR PUSTAKA

- Angela, V., Paramita, E. L., Kristen, U., Wacana, S., Produk, K., & Buying, I. (2020). *PENGARUH LIFESTYLE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING KONSUMEN SHOPEE GENERASI Z*. 10, 248–262.
- Arif, D., & Ekasari, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Suasana*. 3(2), 139–146.
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2008–2018. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573>
- Bs, S., Arizal N, & Ririn Handayani. (2023). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 5(2), 78–83. <https://doi.org/10.31849/jmbt.v5i2.14231>
- Damar Samintullah. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Lingkungan Fisik, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Lottemart. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 3(4), 89–103. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v3i4.16>
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1, 1–14. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>
- Dewa, D. B. R., Warnaningtyas, H., & Istiqaroh, C. R. (2023). Pengaruh Konten Review, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Fashion Produk Lokal. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2), 303–312. <https://doi.org/10.33319/jeko.v12i2.144>
- Exstrada, W. (2020). Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(4), 729. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i4.5577>
- Fairuz, A. A., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Showroom Ud. Hikmah Motor Group Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 9(10), 15–31.
- Fajar, A., & Ratnawili, R. (2024). *PENGARUH DESAIN INTERIOR TERHADAP*

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Restoran Lavenrice Bengkulu). 5(1), 211–220.

- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Herlina, N., Susanti, Y., & Ramadhan, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Pribadi dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 210–216. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i3.311>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020a). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020b). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Kasus, S., Kedai, P., & Zuhroh, S. (n.d.). *PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN DESAIN INTERIOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mangu, B. (2021). *ANALISIS PENERAPAN SEGMENTAS I , TARGETING , POSITIONING (STP) DAN PROMOSI PEMASARAN SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN*. 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Nasution, H. H., & Nobelson, N. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Media Sosial Instagram, Citra Merek, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hito Coffee Bekasi. *Veteran Economics, Management & Accounting Review*, 1(1), 19–30. <https://doi.org/10.59664/vemar.v1i1.4826>
- Reppi, L. V. Y., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2021). Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood (Study Pada Pengguna Jasa Grabfood Di Kota Manado Pada Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal EMBA*, 9(3), 1482–1490.
- Rooroh, C. A. M., Moniharapon, S., Loindong, S. J. R., Cafe, P. S., Pelayanan, K., & Harga, D. A. N. (2020). (*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 Oktober 2020 , Hal . 130-139 Dari data di atas terlihat bahwa terjadi peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung yang datang di Café Casa de Wanea , bualan Januari 400 konsumen , kemudian naik pada bulan Februari sebanyak 500 konsumen , bulan Maret naik lagi menjadi 660 konsumen , bulan April terjadi penurunan konsumen yang berkunjung hanya 540 dan pada bulan Mei turun menjadi 460 konsumen . Bulan Juni jumlah konsumen naik lagi menjadi 600 konsumen , bulan juli naik menjadi 660 , bulan Agustus naik menjadi 900 konsumen , tapi pada bulan September turun menjadi 860 konsumen . Bulan Oktober jumlah pengunjung menjadi 820 konsumen dan naik pada bulan November menjadi 880 orang , kemudian bulan. 8(4), 130–140.

- Sakti, D. H., & Pratama, M. P. (2022). Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup, dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Polygon di Kebumen: Studi pada Pengguna Polygon di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(1), 83–96.
- Sari et al. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.644>
- Sholihah, I. A., Studi, P., Tata, P., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Layanan, K., & Konsumen, K. (2020). *Pengaruh suasana cafe dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di merdeka cafe nganjuk*. 8(1).
- Silitonga, S., Nasution, W. F., Tinggi, S., Manajemen, I., & Medan, S. (2024). Pengaruh Fitur Live Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 347–353. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Subiyanto, R. S. (2023). *Pengaruh Lifestyle Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Di Kota Bima*. 1(5), 70–87.
- Suryani, N. I., & dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di KotaBogor. *YUME : Journal of Management*, 4(2), 254–272. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>

- Takwim, R. I., Asmala, T., & Johan, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan store atmosphere terhadap customer loyalty. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5617–5622. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2093>
- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.328>
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.