

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher).

Berman, Barry & Joel R. Evans (2018). Retail Management, a Strategic Approach, (13th Edition). New Jersey: Pearson.

Edi, Fandi Rosi Sarwo. (2016). Teori Wawancara Psikodignostik. Yogyakarta: LeutikaPrio.

Helaluddin, Hengki Wijaya. (2019). Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktek. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray

Kotler, P., & Bowen, J. dan J. Makens. 1999. Marketing for Hospitality and Tourism. 2nded.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management (15th ed.)*.

Levy, Michael & Weitz, Barton A. (2014). Retailing Management. New York, America: McGraw-Hill/Irwin.

Michael & Weitz, Barton A. (2012). *Retailing Management (13th ed.)*. New York, America: McGraw-Hill/Irwin.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung ebook

Tjiptono, F. (2011). Pemasaran jasa. Sleman: Bayumedia Publishing

Umrati, Hengki Wijaya. (2020). Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray Makassar.

Jurnal

Abiyyuansyah, F., Kusumawati, A., & Irawan, A. (2019). Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi pada Strategi Content Marketing Amstirdam *Coffee* Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 73(1), 78-87.

- Arista, D., & Astuti, S. R. T. (2011). Analisis pengaruh iklan, kepercayaan merek, dan citra merek terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmiah Aset*, 13(1), 37-45.
- Birokrasi, J. I. A. D. O. Alfin, MR, & Nurdin, S.(2017). Pengaruh *Store atmosphere* Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 1 (2). Arsyanti, & Astuti.(2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.
- Dewangga, B., & Wijaksana, T. (2017). Pengaruh *Store atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Armor Kopi Bandung. *eProceedings of Management*, 4(1).
- Gunawan, C. B., & Syahputra, S. (2020). Analisis perbandingan pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan *Coffee shop* di Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 51-62.
- Hidayat, M. S. (2020). Pengaruh Harga dan *Store atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen pada *Café Dreamblack Coffee* Mojokerto. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(2), 173-186.
- Katarika, D. M., & Syahputra, S. (2017). Pengaruh *Store atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* Di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 162-171.
- Kurnia, L. (2020). Dampak Interaksi Sosial Anak Usia Dini Akibat Latar Belakang Orangtua Tuna Wicara. *E-JURNAL AKSIOMA AL-ASAS*, 1(1).
- Ni'amullah, F., Irdiana, S., & Irawan, R. (2018). Pengaruh *Store atmosphere* Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada BJ Cafe Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 1(1), 9-17.

- Nummila, Mia. (2015). Successful Social Media Marketing on Instagram Case: @minoshoes. Thesis. Finland: HaagaHelia University of Applied Science
- Pandrianto N & Sukendro GG (2018) Analisis strategi pesan content marketing untuk mempertahankan *brand engagement*. Jurnal Komunikasi, 10: 167-176.
- Priadi, M. P., & Ratnamiasih, I. (2018). Implementasi Human Capital Pada Pt. Telkom Indonesia Kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Bandung (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas).
- Putri, S. D., & Fithrah, D. S. (2017). Pengaruh online marketing campaign# samyangchallenge terhadap consumer behavior digital natives pengguna youtube Indonesia. *PROfesi Humas*, 1(2), 132-141.
- Rahardjo, M. (2010). Triangulasi dalam penelitian kualitatif.
- Saraswati, D. A., & Hastasari, C. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok. co Dalam Mempertahankan *Brand Engagement*. *Biokultur*, 9(2), 152-171.
- Trijumansyah, A., Loda, M. Y., Solihat, A., Rahmayani, R., & Iskandar, I. (2019). Analisis *Store atmosphere* Dan Lokasi Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Valid Jurnal Ilmiah*, 16(2), 194-207.
- Varadila, E. (2018). Pengaruh Beauty Vlogger Nanda Arsyinta sebagai Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Kosmetik Emina di Jakarta (Doctoral dissertation, Universitas Bakrie).
- Yoeniargo, Y. D., & Dyatmika, S. W. (2020). Pengaruh Produk, Testimoni Dan *Store atmosphere* Terhadap Minat Beli Ulang Di Kafe Warunk Upnormal Gresik. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 12-18.

Website

(<https://mix.co.id/marcomm/news-trend/inilah-7-faktor-pendorong-bisnis-kedai-kopi-di-indonesia/> diakses pada 1 Mei 2021)

(www.Instagram.com diakses pada 8 Mei 2021)

Lampiran 1

Pendoman Wawancara Pengunjung SEATAP *Coffee* Cibubur

No.	Konsep	Kategori	Indikator	Daftar Pertanyaan
1.	<i>Informational/Rational Appeals</i> (Belch & Belch: 2012)	<i>Feature appeal</i>	Ciri dominan produk atau servis.	1. Apakah anda mengikuti media sosial instagram