



ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOPI JAGA CIREBON

Ivan Agus^{1*}, Roozana Maria Ritonga¹

¹Universitas Bunda Mulia, Tangerang Selatan, Indonesia

History Article

Article history:

Received August 8, 2023
Approved December 9, 2023

Keywords:

Kafe, Keputusan
Pembelian, Suasana
Toko

ABSTRACT

In 2019 Kopi Jaga Cirebon joined the cafe industry in Indonesia and succeeded in surviving until now for a period of 4 years. Kopi Jaga Cirebon always maintains its existence in the sector of coffee drinks and non-coffee. In preserving its existence, Kopi Jaga Cirebon also creates a comfortable cafe atmosphere equipped with public facilities so that Kopi Jaga Cirebon customers can enjoy drinks while relaxing at Kopi Jaga Cirebon. This research was conducted to find out how influential the store atmosphere towards the customers' purchasing decisions at Kopi Jaga Cirebon. To find out this, the researcher conducted the study using a quantitative method using multiple linear regression analysis along with the result of the Hypothesis Test. The researcher used ways by spreading questionnaires and observation for collecting data. The result of the T-test is $T_{count} > T_{table}$. Then, the significance value is $0.00 < 0.05$. Therefore, the store atmosphere gives some positive effects on the purchasing decisions at Kopi Jaga Cirebon. The formulation of the multiple linear regression test equation is $Y = 11.401 + 0.240X_1 + 0.167X_2 + 0.640X_3 + 0.145X_4$ wherein every time there is a store atmosphere there will be an increase of 34.6% to the purchasing decision obtained from the test results of the coefficient of determination. The conclusion is that store atmosphere influences purchasing decisions at Kopi Jaga Cirebon so that managers can maintain and improve each indicator of the store atmosphere (X) to improve each indicator on purchasing decisions (Y).

ABSTRAK

Pada tahun 2019 Kopi Jaga Cirebon bergabung dalam industri cafe di Indonesia dan berhasil bertahan sampai saat ini selama kurun waktu 4 tahun. Kopi Jaga Cirebon selalu menjaga eksistensinya dalam bidang minuman Kopi maupun tidak mengandung kopi. Dalam mempertahankan eksistensinya, Kopi Jaga Cirebon juga membuat suasana cafe yang nyaman dilengkapi fasilitas umum agar pelanggan Kopi Jaga Cirebon dapat menikmati minuman sembari bersantai di Kopi Jaga Cirebon. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa berpengaruh store atmosphere terhadap keputusan

pembelian para pelanggan yang ada di Kopi Jaga Cirebon. Untuk mengetahui hal tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis uji regresi linear berganda beserta hasil Uji Hipotesis. Peneliti menggunakan cara dengan menyebarkan kuesioner dan observasi untuk pengumpulan data. Hasil Uji T adalah $T_{hitung} > T_{tabel}$. Selanjutnya, nilai signifikansinya adalah $0,00 < 0,05$. Sehingga, store atmosphere memberikan pengaruh-pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Kopi Jaga Cirebon. Formulasi persamaan uji regresi linear berganda adalah $Y = 11,401 + 0,240X_1 + 0,167X_2 + 0,640X_3 + 0,145X_4$ di mana setiap adanya store atmosphere maka akan ada peningkatan sebesar 34,6% terhadap keputusan pembelian yang didapatkan dari hasil uji koefisien determinasi. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah store atmosphere berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kopi Jaga Cirebon sehingga pihak pengelola dapat mempertahankan dan meningkatkan setiap indikator dari store atmosphere (X) untuk meningkatkan setiap indikator pada keputusan pembelian (Y)

© 2023 Jurnal Ilmiah Global Education

*Corresponding author email: ivanagus7@gmail.com

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki penghasilan tinggi dari sektor pariwisata. Bahkan sejak 2014 sektor pariwisata diharapkan menjadi penghasil anggaran ke 2 setelah pajak. Dilansir dari dpr.go.id bahkan sektor pariwisata ini menempati posisi ke 4 sampai ke 5 penghasil devisa di berbagai negara. maka dari itu Indonesia sejak 2014 mulai memfokuskan pariwisata agar dapat berkembang baik dari destinasi wisata yang dikembangkan maupun membuat destinasi baru untuk mengembangkan pariwisata di Indonesia.

Perkembangan restoran yang ada di Indonesia sangat meningkat dari tahun ke tahun hal ini bisa dilihat dari jumlah restoran yang ada di Indonesia semakin banyak dikarenakan banyak orang yang ingin berinovasi dan membuka bisnis dibidang ini. Hal ini juga dapat dilihat dari jumlah restoran yang semakin banyak dari tahun ke tahun. Menurut bps.go.id Jumlah restoran yang ada di Provinsi Jawa Barat merupakan jumlah paling banyak se Indonesia dengan jumlah 13.034 unit restoran yang ada di Jawa barat diikuti dengan provinsi Jawa Tengah dengan jumlah 7.548 dan urutan ketiga dipegang oleh provinsi Jawa Timur dengan jumlah 7060 unit. Jumlah ini juga sudah termasuk dari jumlah cafe yang ada di Indonesia. Jumlah cafe di Indonesia pun selalu naik signifikan dikarenakan kebutuhan dari orang-orang makin banyak untuk konsumsi kopi dan bersantai di cafe. Hal ini juga didukung oleh produksi kopi yang semakin meningkat di Indonesia.

Indonesia sejak 2020 telah menjadi salah satu produsen kopi terbesar, Indonesia menduduki posisi ke 3 dari sekian banyak negara yang juga memproduksi kopi di dunia. Pada tahun 2020 Indonesia mampu menghasilkan 11,95 juta karung. Bahkan pada 2021 tercatat dari badan pusat statistik, Indonesia mampu menghasilkan 774,60 ribu ton. Badan Pusat Statistik juga menuliskan bahwa produksi kopi terbesar di Indonesia terletak di Provinsi Sumatera Selatan.

Dikarenakan hal ini juga perkembangan dan gaya hidup orang Indonesia mulai terpengaruh dan seakan-akan kopi menjadi salah satu kebutuhan wajib bagi sebagian besar orang Indonesia saat ini. Hal ini juga yang menyebabkan orang-orang mengambil peluang dengan membuat cafe dan coffee shop. Hal ini juga yang menyebabkan terjadi lonjakan yang sangat pesat

pada perkembangan ekonomi di bidang ini. Kondisi persaingan yang sangat ketat juga membuat setiap bisnis pada bidang ini memutar otak dan saling beradu strategi.

Dalam hal ini membuat banyak orang juga berusaha membangun usaha baru seperti kedai kopi atau cafe-cafe yang berorientasi baik dari menengah ke bawah maupun menengah keatas. Para pelaku bisnis ini saling beradu strategi tidak hanya dari kualitas produk yang dijual namun juga dengan cara mengemas dengan baik dari segi pengemasan produk maupun dari desain tata ruang yang sesuai dengan trend masa kini.

Baik dari segi tata ruang, warna, suara, cahaya dan sebagainya diperhitungkan untuk membuat para pelanggan merasa nyaman saat berada di cafe untuk ngobrol dan berkumpul. Dari dekorasi dan suasana yang ditawarkan pun dapat menjadi daya tarik untuk orang-orang yang suka berfoto untuk memposting di akun media sosialnya. Dari suasana yang menyenangkan pada saat berada di cafe juga dapat memberikan citra yang baik terhadap cafe dan memberikan nilai tambah pada produk yang dijual. Citra toko yang baik juga dapat memberikan jaminan pada kelangsungan cafe untuk dapat bertahan dan terus berkembang. Suasana cafe juga dapat menjadi sarana komunikasi yang positif dan menguntungkan karena hal ini dapat menjadi salah satu daya tarik bagi pelanggan dan dapat menjadi suatu alasan bagi pelanggan untuk berkunjung kembali.

Keputusan pembelian pada pelanggan tidak hanya dikarenakan oleh produk yang dijual dan harga yang ditawarkan tetapi juga terhadap lingkungan dan suasana tempat yang nyaman dan menyenangkan bagi pelanggan. Pada saat ini, konsumsi kopi tidak hanya berada di kalangan orang tua namun anak-anak muda pun sudah mengkonsumsi kopi sebagai suatu hal yang wajib dan sebagai gaya hidup, hal ini dapat dilihat karena cafe juga menjadi salah satu tempat untuk membangun relasi dan bersosialisasi.

Dari sini peneliti ingin mengetahui apakah sebenarnya store atmosphere berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga didapatkan "Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Jaga Cirebon" sebagai bahan penelitian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian asosiatif ini merupakan penelitian yang menjelaskan tentang hubungan antara Variabel X dan Y, setelah diketahui hubungan antara 2 variabel ini maka langkah selanjutnya mencari tahu seberapa besar pengaruh dan seberapa signifikan pengaruh yang dihasilkan. Variabel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah pengaruh store atmosphere sebagai variabel X yang dilakukan di Kopi Jaga Cirebon terhadap keputusan pembelian sebagai variabel Y.

Menurut Sugiyono (2018) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang diteliti. Disebut dengan variabel dikarenakan ada variasi dalam penelitian tersebut. Variabel penelitian ini juga dapat diartikan sebagai suatu atribut atau sifat atau nilai yang dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya dari orang atau objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu.

Dari penjelasan ini variabel dapat dibagi menjadi 2 yaitu variabel independen atau variabel bebas dan variabel dependen atau variabel terikat. Menurut Sugiyono (2018) variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat, sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah pengaruh store atmosphere dan variabel dependennya adalah keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan teknik penyebaran kuesioner atau angket, menurut Sugiyono (2018) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan dan atau pernyataan yang nantinya diisi oleh responden. Dalam penyebaran

kuesioner peneliti akan menyebarkan melalui media google form. Hal ini dikarenakan untuk mempermudah peneliti dalam menyebarkan kuesioner dan menghemat biaya untuk mencetak melalui media kertas.

Kuesioner akan menggunakan skala likert untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini. Penilaian akan menggunakan skala 1-5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang sudah pernah datang dan membeli produk yang ada di Kopi Jaga Cirebon dengan menggunakan pengumpulan kuesioner. Hasil pengujian yang telah dilakukan akan dibahas sebagai berikut.

1. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2018) uji regresi linear berganda merupakan analisis yang berfungsi untuk meramalkan keadaan naik dan turunnya variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya dan analisis regresi linear dilakukan dan bila jumlah variabel independen adalah minimal 2 maka dapat ditarik rumus seperti berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Table 1. Uji Regresi Linear Berganda.
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1 (Constant)	11.401		6.746	.000		
Exterior	.240	.160	.788	.432	.168	5.970
GI	.167	.192	.800	.426	.119	8.409
SL	.640	.503	2.588	.011	.182	5.480
IR	.145	.147	.920	.360	.269	3.712

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Source: Results of data processing with spss 25 (2023)

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa persamaan garis regresi pengaruh tiap dimensi store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada Kopi Jaga Cirebon adalah sebagai berikut:

$$Y = 11,401 + 0,240X_1 + 0,167X_2 + 0,640X_3 + 0,145X_4$$

dengan keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X1 = exterior

X2 = general interior

X3 = store layout

X4 = interior display

Dari persamaan regresi ini dapat diartikan sebagai berikut:

Konstanta sebesar 11,401 dinyatakan sebagai dengan arti apabila X1, X2, X3, X4 sama dengan 0 maka nilai Y adalah 11,401 di mana dapat diartikan bahwa nilai pada keputusan

pembelian pada Kopi Jaga Cirebon dilihat dari exterior, general interior, store layout, dan interior display adalah sebesar 11,401. Koefisien regresi exterior adalah sebesar 0,240 yang berarti jika nilai lain tetap dan nilai dari exterior bertambah 1 maka keputusan pembelian pada Kopi Jaga Cirebon akan mengalami kenaikan sebesar 0,240 dan jika exterior mengalami penurunan 1 maka akan berpengaruh sebaliknya atau mengalami penurunan sebesar 0,240. Koefisien regresi general interior sebesar 0,167 yang berarti jika nilai lain tetap dan nilai general interior bertambah 1 maka keputusan pembelian pada Kopi Jaga Cirebon akan mengalami kenaikan sebesar 0,167 dan jika general interior mengalami penurunan 1 maka akan berpengaruh sebaliknya atau mengalami kenaikan 0,167. Koefisien regresi store layout adalah sebesar 0,640 yang berarti jika nilai lain tetap dan nilai store layout bertambah 1 maka keputusan pembelian pada Kopi Jaga Cirebon akan mengalami kenaikan sebesar 0,640 dan jika store layout mengalami penurunan 1 maka akan berpengaruh sebaliknya atau mengalami penurunan sebesar 0,640. Koefisien regresi interior display adalah sebesar 0,145 yang berarti jika nilai lain tetap dan nilai interior display bertambah 1 maka keputusan pembelian pada Kopi Jaga Cirebon akan mengalami kenaikan sebesar 0,145 dan jika interior display mengalami penurunan 1 maka akan berpengaruh sebaliknya atau mengalami penurunan sebesar 0,145.

2. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji konstanta dari setiap variabel yang memiliki pengaruh signifikan. Uji ini dilihat dari sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2018). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $< 0,05$ maka variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan, pengujian dilakukan dengan melihat nilai.

Table 2. Uji T.
Coefficients^a

Model	Unstandardized B	Coefficients std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	11.401	1.690		6.746	.000
Exterior	.240	.305	.160	.788	.432
GI	.167	.208	.192	.800	.426
SL	.640	.247	.503	2.588	.011
ID	.145	.158	.147	.920	.360

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Source: Results of data processing with spss 25 (2023)

Exterior, nilai t_{hitung} sebesar 0,788 dan signifikansinya adalah 0,432 di mana hasil ini $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H02 diterima dan H2 ditolak sehingga exterior tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. General interior, nilai t_{hitung} sebesar 0,800 dan signifikansinya adalah 0,426 di mana $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H03 diterima dan H3 ditolak sehingga general interior tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Store layout, nilai t_{hitung} sebesar 2,589 dan signifikansinya adalah 0,011 di mana $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $< 0,01$ maka dapat disimpulkan bahwa H04 ditolak dan H4 diterima sehingga store layout mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Interior Display, nilai t_{hitung} sebesar 0,92 dan signifikansinya adalah 0,360 di mana $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $> 0,05$

maka dapat disimpulkan bahwa H06 diterima dan H6 ditolak sehingga interior display tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

3. Uji F

Menurut Sugiyono (2018) terdapat hubungan yang positif dan pengaruh antara variabel bebas dan terikat. Agar mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat maka secara bersama $\alpha = 0,05$.

Table 3. Uji F
Anova^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	f	Sig.
Regression	116.306	4	29.077	12.563	.000 ^b
Residual	219.881	95	2.315		
Total	336.190	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Exterior, GI, SL, ID

Source: Results of data processing with spss 25 (2023)

Berdasarkan hasil Uji F yang terdapat pada tabel 3 yang sudah dihitung menggunakan SPSS dapat dilihat bahwa nilai F Hitung adalah 12,563 dan signifikansinya adalah 0,00 sehingga mendapatkan hasil bahwa F hitung (12,563) > F tabel (2,46) dan nilai signifikansi < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak sehingga Variabel store atmosphere berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengukuran dengan koefisien determinasi menggunakan nilai antara 0 dan 1, di mana jika nilai mendekati 0 maka hal tersebut dapat diartikan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas, namun kalau mendekati 1 maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, Ghazali (2018).

Table 4. Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.588 ^a	.346	.318	1.521

a. Predictors: (Constant), Ekterior, GI, SL, ID

Source: Results of data processing with spss 25 (2023)

Berdasarkan Hasil dari SPSS Versi 25 terdapat hasil R Square sebesar 0,346 hal ini berarti setiap dimensi variabel store atmosphere secara simultan berpengaruh sebesar 34,6% dengan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada pengujian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda terdapat hasil formula $Y = 11,401 + 0,240X_1 + 0,167X_2 + 0,640X_3 + 0,145X_4$ yang merupakan X adalah store atmosphere dan Y adalah keputusan pembelian. nilai konstanta dari formulasi tersebut adalah 11,401 di mana jika tidak ada store atmosphere nilai keputusan pembelian positif yaitu 11,401. Pada indikator exterior nilainya sebesar 0,240, general interior sebesar 0,167, store layout sebesar 0,640, interior display sebesar 0,145.

Berdasarkan hasil uji T diperoleh hasil T hitung store atmosphere dan store layout > dari T tabel dan nilai signifikansinya < 0,05 sehingga H01 dan H04 ditolak sehingga store atmosphere dan store layout berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji F diperoleh hasil F hitung > F tabel dan nilai signifikansinya < 0,05 sehingga variabel store atmosphere berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi terdapat hasil store atmosphere berpengaruh 34,6% terhadap keputusan pembelian.

Dalam hal ini peneliti memberikan saran kepada Kopi Jaga Cirebon untuk memperhatikan exterior terutama pada papan nama yang dianggap tidak terlihat oleh konsumen yang datang, selain itu ada beberapa detail seperti petunjuk arah dan papan nama untuk toilet dapat diletakkan pada tempat yang mudah terlihat.

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang store atmosphere, peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel independen yang mampu mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian seperti variabel harga, kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi, dan lain-lain.

REFERENCES

- Antony, Stefanus, & Triandi. (2022). ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN FIRST TIME VISITOR DI KOPI X GADING SERPONG TANGERANG. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 8 (1), ISSN: 2442-5222, 34-47. <http://dx.doi.org/10.30813/jhp.v8i1.3210>
- Arkam, M. M. (2020). Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5 (1), 17-25.
- Berman, B., Chatterjee, P., & Evans, J. R. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach*. Pearson Education Limited.
- Fathina, H. (2022, September 23). Simak 5 Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia, Ada Indonesia!. *Ekonomi Bisnis.com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220923/12/1580587/simak-5-negara-penghasil-kopi-terbesar-di-dunia-ada-indonesia> (Diakses pada 5 Maret 2023)
- Kotler, P., Opresnik, M. O., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Krisito, R. E., Yacob, S., & Yuniarti, Y. (2020). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Lucky Coffee Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(3), ISSN: 2338-123X, 125-130.
- Novetania, R., & Lestari, B. (2022). PENGARUH STORE ATMOSPHERE (SUASANA TOKO) DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ALCEDO KAFE MALANG. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8 (2), ISSN: 2407-3741, 223-227.
- Pasaribu, V. L. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN DE'COST GIANT PAMULANG SQUARE TANGERANG SELATAN. *Manajerial*, 8 (2), ISSN: 1412-6613, 156-167.
- Pebriani, S., Hamid, S., & Sodiq, J. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Boedjang Cafe Karawang. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*

- (JIME), 8 (4), ISSN: 2442-9511, 2812-2824.
doi:10.36312/jime.v8i4.3983/http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JIME
- Rizaty, M. A. (2022, November 22). Volume Penjualan Kopi Siap Minum Indonesia Naik 3,2% pada 2022. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/volume-penjualan-kopi-siap-minum-indonesia-naik-32-pada-2022> (Diakses pada 26 Februari 2023)
- Rungsinanont, S. (2020). Comparative Study of Factors and Problems Affecting Ability of Undergraduate Students at RMUTLTak to Read English Language Journals. *Journal of Education and e-Learning Research*, 7 (4), ISSN : 2518-0169, 446-455. 10.20448/journal.509.2020.74.446.455
- Sari, E. N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Kong Djie Cafe Pekanbaru. *INNOVATIVE : JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE RESEARCH*, 1 (2), 73-80.
- Sofiyanti, D. N., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2022). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DIRA CAFE AND POOL AMBULU KABUPATEN JEMBER. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, 2(1), ISSN: 2807-5420, 39-51.
- Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Kebangsaan (Kunjungan). (2021). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/16/1821/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html> (Diakses pada 8 Maret 2023)
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfa Beta.
- Titop, H., Manggau, R. H., & Safurudin. (2020). PENGARUH STORE ATMOSFER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MEZZO COFFE & BISTRO KENDARI. *Sultra Journal of Economic and Business*, 1 (2), ISSN: 2716-1781, 61-70.
- Zainuddin, M. Z., Susanti, K. E., & Utha, R. (2021). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN KAMPUNG BAKAU KOTA KENDARI. *Sultra Journal of Economic and Business*, 2 (2), ISSN: 2716-1781, 94-97.