

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CRITOE COFFEE**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata



Disusun oleh:

Rusyda Aprilia Sulaeman

1908494

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

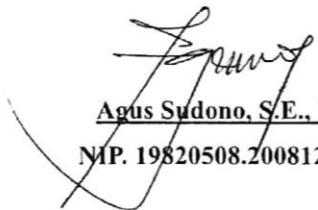
2023

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CRITOE COFFEE


Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing

Pembimbing I



Agus Sudono, S.E., M.M
NIP. 19820508.200812.1.002

Pembimbing II



Caria Ningsih, M.Si., Ph.D
NIP. 19800331.200812.2.002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si

NIP. 19710309.201012.2.002

LEMBAR HAK CIPTA

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CRITOE COFFEE**

Oleh

Rusyda Aprilia Sulaeman

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Pariwisata di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Rusyda Aprilia Sulaeman

Universitas Pendidikan Indonesia

2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau Sebagian, dengan dicetak
ulang, difoto kopi, dan cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Critoe Coffee” seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dengan seluruh materi atau pendapat dari referensi lain yang telah dikutip dengan kaidah yang berlaku dan tidak ada hasil plagiat dari karya tulis orang lain. Atas pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi yang berlaku apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran terhadap karya tulis saya. Demikian pernyataan ini saya buat.

Bandung, November 2022

Penulis,

Rusyda Aprilia Sulaeman

NIM 1908494

PRAKATA

Puji serta syukur kehadiran Allah SWT yang telah menganugerahkan nikmat yang tak terkira jumlah dan hikmahnya. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada nabi Muhammad SAW. Tauladan sejati sampai akhir zaman sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Critoe Coffee”.

Tak ada karya manusia yang benar-benar sempurna, demikian pula dengan skripsi ini. Saran dan kritik yang begitu membangun, penulis berharap untuk menjadikan karya tidak hanya sekadar ide yang berujung pada sebuah gagasan tertulis namun menjadi manfaat untuk pihak-pihak yang berkepentingan di masa sekarang, maupun di masa yang akan datang.

Bandung, November 2022

Rusyda Aprilia Sulaeman

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan skripsi ini, berbagai pihak telah memberikan bantuan serta dukungan yang tak terpisahkan. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT., yang telah memberikan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan memberikan kemudahan ditengah kesulitan yang penulis hadapi.
2. Iman Sulaeman dan Esih Yuningsih selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan, menguatkan, serta memberi dukungan baik moral dan material kepada penulis.
3. Prof. Dr. H.M Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Prof. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
5. Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering.
6. Agus Sudono, S.E., MM., selaku dosen pembimbing satu yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, membagikan ilmu, arahan serta dukungan semangat dalam penyusunan skripsi.
7. Caria Ningsing, M.Si. Ph.D., selaku dosen pembimbing dua yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, membagikan ilmu, arahan serta dukungan semangat dalam penyusunan skripsi.
8. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Industri Katering dan jajarannya yang telah memberikan pengalaman, waktu, dan ilmu selama masa perkuliahan.
9. Pihak Critoe Coffee, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Critoe Coffee.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya dan berpartisipasi dalam penelitian skripsi ini.
11. Dita dan Khanza selaku saudara kandung penulis yang telah memberi dukungan semangat kepada penulis.

12. Wafda, Mabitha, Erja, Fadhl, dan Siraj selaku teman penulis yang berjuang bersama dan selalu memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi.
13. Hana Mariana selaku sahabat penulis yang selalu mendengarkan keluhan kesah dan memberikan dukungan semangat.
14. Seluruh sahabat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
15. Seluruh teman seperjuangan Manajemen Industri Katering angkatan 2019, yang memberikan cerita dan kenangan selama perkuliahan.
16. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu, mendoakan, dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis dalam kelancaran penyusunan skripsi.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang sepadan kepada semua yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Bandung, 28 Juli 2023

Rusyda Aprilia Sulaeman

ABSTRAK

Belakangan ini bisnis kuliner telah menjadi pilihan investasi yang menarik dan menguntungkan. Akibatnya, terlihat peningkatan jumlah pengusaha yang berlomba-lomba untuk terlibat dalam industri kuliner. Untuk menghadapi persaingan ini, para pelaku industri kuliner semakin bersaing dengan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, para pengusaha perlu memperhatikan kualitas dari produk yang dijual dan kenyamanan konsumen dalam menikmati produk tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Critoe Coffee. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif pendekatan deskriptif dan verifikatif. Sebanyak 100 responden yang pernah bertransaksi di Critoe Coffee menjadi sampel dalam penelitian ini, yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan berbagai teknik, termasuk uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji t (parsial), dan uji F (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan, *store atmosphere* dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Critoe Coffee.

Kata kunci : *store atmosphere*, kualitas produk, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Recently, the culinary business has become an attractive and profitable investment option. As a result, there has been an increase in the number of entrepreneurs vying to get involved in the culinary industry. To face this competition, culinary industry players are increasingly competing by creating sustainable competitive advantages. Therefore, entrepreneurs need to pay attention to the quality of the products sold and the convenience of consumers in enjoying these products. This research was conducted to determine the effect of store atmosphere and product quality on purchasing decisions at Critoe Coffee. This research method uses a quantitative descriptive and verification approach. A total of 100 respondents who had transacted at Critoe Coffee were the samples in this study, who were selected using a purposive sampling technique. Data were analyzed using various techniques, including validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination tests, t-test (partial), and F-test (simultaneous). The results showed that store atmosphere and product quality have a partial and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, simultaneously, store atmosphere and product quality have a significant effect on purchasing decisions at Critoe Coffee.

Keywords: *store atmosphere, product quality, purchase decision.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR HAK CIPTA	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
PRAKATA.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Pariwisata	13
2.1.2 Restoran	15
2.1.3 <i>Store Atmosphere</i>	18
2.1.4 Kualitas Produk.....	20
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis	28
BAB 3 METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.2.1 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	31
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	34
3.2.4 Instrumen Penelitian	35
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	35

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	36
3.2.7 Analisis Data	44
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.2 Karakteristik Responden	51
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	51
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	52
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Asal Daerah	53
4.3 Pengalaman Responden	54
4.3.1 Pengalaman menurut Alasan Utama Datang ke Critoe Coffee	54
4.3.2 Pengalaman menurut Sumber Informasi	54
4.3.3 Pengalaman menurut Biaya yang dikeluarkan Saat di Critoe Coffee ...	55
4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i> di Critoe Coffee	56
4.4.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Exterior</i>	56
4.4.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>General Interior</i>	57
4.4.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Store Layout</i>	60
4.4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Interior Point of Interest Display</i>	62
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk di Critoe Coffee	64
4.5.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Performance</i>	64
4.5.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Featur</i> s	65
4.5.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Reliability</i>	67
4.5.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Conformance</i>	68
4.5.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Durability</i>	69
4.5.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Serviceability</i>	71
4.5.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Asthetics</i>	72
4.5.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i>	74
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian di Critoe Coffee ..	75
4.6.1 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Produk	75
4.6.2 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Merek	77
4.6.3 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Tempat Penyalur	79
4.6.4 Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian	80
4.6.5 Tanggapan Responden Terhadap Waktu Pembelian	82
4.6.6 Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran	84

4.7 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden	85
4.7.1 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terhadap <i>Store Atmosphere</i>	85
4.7.2 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terhadap Kualitas Produk	88
4.7.3 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terhadap Keputusan Pembelian	90
4.8 Uji Normalitas	93
4.9 Uji Multikolinearitas	94
4.10 Uji Heteroskedastisitas	95
4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	96
4.11.1 Uji Koefisien Determinasi.....	97
4.12 Uji Simultan (Uji F)	97
4.13 Uji Parsial (Uji T).....	98
4.14 Pembahasan	99
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1 Simpulan.....	103
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung Tahun 2021	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Critoe Coffee Tahun 2022-2023.....	4
Tabel 1.3 Data Transaksi Critoe Coffee Tahun 2022-2023	5
Tabel 1.4 Review Google Critoe Coffee	7
Tabel 1.5 Pra-penelitian Mengenai Pelayanan, Harga, <i>Store Atmosphere</i> , dan Kualitas Produk di Critoe Coffee	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	32
Tabel 3.2 Skala Likert	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i> (X1).....	37
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	39
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	41
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	52
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Asal Daerah	53
Tabel 4.4 Pengalaman Menurut Alasan Utama Datang ke Critoe Coffee	54
Tabel 4.5 Pengalaman Menurut Sumber Informasi.....	55
Tabel 4.6 Pengalaman Menurut Biaya yang dikeluarkan Saat di Critoe Coffee...	55
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Exterior</i>	56
Tabel 4.8 Garis Kontinum <i>Exterior</i>	57
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>General Interior</i>	58
Tabel 4.10 Garis Kontinum <i>General Interior</i>	59
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap <i>Store Layout</i>	60
Tabel 4.12 Garis Kontinum <i>Store Layout</i>	61
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap <i>Interior Point of Interest Display</i> ..	62
Tabel 4.14 Garis Kontinum <i>Interior Point of Interest Display</i>	63
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap <i>Performance</i>	64
Tabel 4.16 Garis Kontinum <i>Performance</i>	65
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap <i>Featurs</i>	65

Tabel 4.18 Garis Kontinum <i>Featurs</i>	66
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap <i>Reliability</i>	67
Tabel 4.20 Garis Kontinum <i>Reliability</i>	68
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap <i>Conformance</i>	68
Tabel 4.22 Garis Kontinum <i>Conformance</i>	69
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap <i>Durability</i>	69
Tabel 4.24 Garis Kontinum <i>Durability</i>	71
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap <i>Serviceability</i>	71
Tabel 4.26 Garis Kontinum <i>Serviceability</i>	72
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap <i>Asthetics</i>	72
Tabel 4.28 Garis Kontinum <i>Asthetics</i>	73
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i>	74
Tabel 4.30 Garis Kontinum <i>Perceived Quality</i>	75
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Produk	75
Tabel 4.32 Garis Kontinum Pilihan Produk	77
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Merek	77
Tabel 4.34 Garis Kontinum Pilihan Merek	78
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Pilihan Tempat Penyalur	79
Tabel 4.36 Garis Kontinum Pilihan Tempat Penyalur.....	80
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian.....	80
Tabel 4.38 Garis Kontinum Jumlah Pembelian.....	82
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Terhadap Waktu Pembelian.....	82
Tabel 4.40 Garis Kontinum Waktu Pembelian.....	83
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran	83
Tabel 4.42 Garis Kontinum Metode Pembayaran	85
Tabel 4.43 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terhadap <i>Store Atmosphere</i>	85
Tabel 4.44 Garis Kontinum <i>Store Atmosphere</i>	88
Tabel 4.45 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terhadap Kualitas Produk	88
Tabel 4.46 Garis Kontinum Kualitas Produk	89
Tabel 4.47 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terhadap Keputusan Pembelian	90
Tabel 4.48 Garis Kontinum Keputusan Pembelian	92
Tabel 4.49 Hasil Uji Normalitas.....	93

Tabel 4.50 Hasil Uji Multikolinearitas	94
Tabel 4.51 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	96
Tabel 4.52 Hasil Uji Koefisien Determinasi	97
Tabel 4.53 Hasil Uji F (Simultan)	98
Tabel 4.54 Hasil Uji T (Parsial)	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Critoe Coffee Tahun 2022 - 2023.....	5
Gambar 1.2 Data Penjualan Critoe Coffee Tahun2022 - 2023.....	6
Gambar 1.3 Pra-penelitian Tujuan Datang ke Critoe Coffee	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1 Logo Critoe Coffee.....	49
Gambar 4.2 Histogram Dependent Variabel Keputusan Pembelian	94
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95

DAFTAR PUSTAKA

- A, M. W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi IV. Yogyakarta: Andi.
- An'nisa, V. (2016). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Little Wings di Bandung . *e-Proceeding of Applied Science*, 2(2), 475-500.
- Apriyadi, A., Muslihat, A., & Siregar, S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Cafe Limasan. *Forum Ekonomi*, 23(3), 421-430. DOI: <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i3.9470>.
- Arief, A. R. (2005). *Pengantar Ilmu Perhotelan dan Restoran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2010). *Retail Management: a Strategic Approach (8th ed)*. New Jersey: Pearson.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. (2022, November 9). Retrieved from Data Jabar: <https://opendata.jabarprov.go.id/id/organisasi/dinas-pariwisata-dan-kebudayaan?data=dataset&q=jumlah%20coffee%20shop&topic=13>
- Djohansjah, C., & Pratomo, C. V. (2017). Analisa Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Caturra Espresso. *Jurnal Hospitality dan Manajemen jasa*, 5(2), 404-418.
- Erianto, R. A., & Mashariono. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Harga, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Furore Coffee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(5), 1-18.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* . Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hanif, A., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(1), 44-52.
- Haryoko, U. B., & Febriyanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Shop Bebenito Group Tangerang Selatan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(1), 78-95.

- Irawan, I., Saputro, S. E., & Mandagi, S. A. (2019). Sistem Informasi Pariwisata dan Jasa Transportasi Pariwisata di Kabupaten Subang Berbasis Web. *JUS TEKNO (Jurnal Sains & Teknologi)*, 3(1), 64-71.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed)*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Kusumastuti, O. P., & Suryati. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Rivicha Pasar Klewer Solo. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 19(4), 264.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management 8th Edition*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Martini, A. N., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 44-53. DOI: <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>.
- Mutiara, & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Kwisnadwipayana*, 8(2).
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second di Marketplace (Studi pada Mahasiswa Pengguna 3second di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 1096-1104.
- Ningsih, C. (2014). Sinergitas Industri Kreatif Berbasis Pariwisata dengan Strategi Pembangunan Industri Nasional Menuju Globalisasi. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*, 11(1), 59-64.
- Ningsih, C., & Turgarini, D. (2020). Pelestarian dan Pengembangan Kampung Nikmat Cigugurgirang Sebagai Destinasi Wisata Warisan Budaya Gastronomi Sunda. *Tourism Scientifie Journal*, 5(2), 265-275.

- Pendit, N. S. (2006). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pragita, A. A., DH, A. F., & Kumadji, S. (2013). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) terhadap Emosi dan Dampaknya kepada Keputusan pembelian (Survei pada Pengunjung Baker's Kings di Mall Olympic Garden Malang). *PROFIT: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 1-11.
- Rahayu, B. S., & Saputra, O. A. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Throox Store Solo. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 6(1), 54-64.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), DOI: <http://dx.doi.org/10.35137/jmbk.v7i2.286>.
- 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), 143-158.
- Sara, F. M., Ningsih, C., & Andari, R. (2017). Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Cafe Infinito Culinary Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 4(1), 6-18.
- Saragih, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3).
- Setiawan, E., & Andayani, S. A. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen (Suatu Kasus Pada Kedai Kopi di Wilayah Majalengka). *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 4(2), 139-140.
- Sudono, A. (2019). Coffee Shop as a Workspace in Bandung. *Proceedings of the 1st NHI Tourism Forum*, 152-154. DOI: 10.5220/0010212701520154.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Supriatin, P., Marhanah, S., & Rosita. (2019). Pengaruh Citra Kota Bandung sebagai Kota Fashion terhadap Kepuasan Wisatawan serta Dampaknya pada Loyalitas Wisatawan di Kota Bandung.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(3), 1-18.
- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 21-27. DOI: <https://doi.org/10.35797/jab.v8.i1.21-27>.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 1-14. DOI: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>.