

REFERENSI

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. Free Press.
<https://books.google.co.id/books?id=FkO5AAAAIAAJ>
- Adiwinata, N. N., Sumarwan, U., & Simanjuntak, M. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumsi Kopi di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 14(2), 189–202.
<https://doi.org/10.24156/jikk.2021.14.2.189>
- Aisyah, S., Cakranegara, P. A., & Sani, A. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Insentif Terhadap Kinerja Karyawan PT. Capella Medan. *Remik*, 6(4), 864–874. <https://doi.org/10.33395/remik.v6i4.11872>
- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Ecodemica*, 1(2), 252–261.
- Ali, H., & Mappesona, H. (2016). Build brand image: Analysis Service Quality and Product Quality (case study at Giant Citra Raya). *International Journal of Economic Research*.
- Ali, H., Narulita, E., & Nurmahdi, A. (2018). *Saudi Journal of Business and Management Studies (SJBMS) The Influence of Service Quality , Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital. Business and Management Studies*. <https://doi.org/10.21276/sjbms.2018.3.1.12>
- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). *The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms. Marketing Science*, 12(2), 125–143.
<https://doi.org/10.1287/mksc.12.2.125>
- Andriany, D., & Arda, M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks. *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 3(1), 186–197.
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan,

- Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77.
<https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Arsa, A. A., & Cahyaningratri. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Servicescape, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–12.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Auyaghlib, A., Azhari, D., Zaitun, F. Al, & Wachdijono, W. (2023). Baristas, Products, Store Atmosphere, Prices, Social Media, And Consumer Satisfaction Coffee Shop In The Lowlands. *Journal of Social Science (JoSS)*, 2(11), 1008–1026. <https://doi.org/10.57185/joss.v2i11.158>
- Ayuningtyas, E., Santoso, B., & Winahyu, P. (2023). analisis loyalitas pelanggan berdasarkan diversifikasi produk, harga, dan kepuasan pelanggan (Studi Empiris Loyalitas Pelanggan Pada Mie Apong Sampurna Gebang Jember). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1), 99.
<https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2644>
- Baharuddin & Sudaryanto. (2022). pengaruh store atmosphere terhadap repurchase decision dan loyalitas konsumen pada coffee shop (Studi Pada Konsumen Coffee Shop di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(5), 1–6.
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Baker, J., Levy, M., & Grewal, D. (1992). An Experimental Approach to Making Retail Store Environment Decisions. *Journal of Retailing*, 68(Winter), 445–460.
- Bellizzi, J. A., Crowley, A. E., & Hasty, R. W. (1983). The effects of color in store design. In *Journal of Retailing* (Vol. 59, Issue 1, pp. 21–45). Elsevier Science.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2004). *Retail Management: A Strategic Approach*. Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=Dn2jOwAACAAJ>
- Berman, B. R., & Evans, J. R. (2013). *Retail Management: A Strategic Approach*.

- Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=ETkvAAAAQBAJ>
- Berry, L. L., Seiders, K., & Grewal, D. (2002). Understanding Service Convenience. *Journal of Marketing*, 66(3), 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.66.3.1.18505>
- Christi, S. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Koperasi Serba Usaha Karyawan Pemerintah Kota Semarang*. Universitas Negeri Semarang.
- Damayanti, M. D., Fakhrurozi, R. N., & Agung, A. (2023). *Analisis Hubungan Antara Experiential Marketing , Emotional Marketing , Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Pada Kakaolicious Cafe*. 7, 16063–16071.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2017). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=k2LgDQAAQBAJ>
- Dumat, F. E., Mandey, S. L., & Roring, F. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Emotional Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Kopi (Studi Kasus Pada Van Ommen Coffee Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3493–3502.
- Eroglu, S., & Harrell, G. D. (1986). Retail crowding: Theoretical and strategic implications. In *Journal of Retailing* (Vol. 62, Issue 4, pp. 346–363). Elsevier Science.
- Fachreza, A. F., & Widyanto. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan (Studi Pada Pelanggan PT Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan (Studi Pada Pelanggan Pt Kereta Api Indonesia Daop Iv Semarang)*, 1–8.
- Fadillah, R., Triana, L., & Sari, R. (2020). Analisis Bauran Pemasaran dan Minat Beli Ulang Konsumen Kopi pada Rimbun Espresso & Brew Bar Kota Padang. *JOSETA: Journal of Socio-Economics on Tropical Agriculture*, 2(1), 61–70.

<https://doi.org/10.25077/joseta.v2i1.222>

Fathin, A., Cahaya, Y. F., & Erasashanti, A. P. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada pengguna SIMCARD Telkomsel di Jabodetabek). *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis 2022*, 284–307.

Fitria, E. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kuallitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecobisma*, 5(1), 1–14.

Fitriani, I., Hadita, H., & Faeni, D. P. (2022). The impact of Viral Marketing on Purchase Intention mediated by Consumer Behavior (Study on Tiktok User of Management Students at Bhayangkara Jakarta Raya University). *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*, 4(2), 84–91.
<https://doi.org/10.32924/jscd.v4i2.72>

Garvin, D. A. (1987). *Competing on the Eight Dimensions of Quality*. Harvard Business School. <https://books.google.co.id/books?id=qCW0zQEACAAJ>

Genesius, & Renwarin, J. M. J. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian di Pempek G Putra. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(3), 3185–3205.

Griffin, R. (2005). *Management (8Th Ed.)*. Dreamtech Press.
<https://books.google.co.id/books?id=Geri7Skkft4C>

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (Issue July).
https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15

Hariono, R., & Marlina, M. A. E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash. *Performa*, 6(1), 1–10.
<https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1904>

- Hariyanto, A. T., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan(Studi Kasus Pada Warung Makan Bank One 2 Di Jalan Mastrip Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 33–39. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.22938>
- Hasrina. (2021). Iklan Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumen. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 3, Issue 2, p. 6).
- Haykel, T. M., & Halimatussakdiah. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Car Wash Doorsmeer Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8(4), 1001–1019.
- Hendrayati, H., & Nurwulandari, A. (2022). pengaruh gaya hidup, lokasi dan digital marketing terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen pada kedai latar kopi jagakarsa jakarta selatan. 7(12).
- Herdajanto, T. (2020). Analisis Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lesehan Kebon Pakis Pacet Mojokerto. *Emas*, 3(2), 187–201. <https://journal.unimas.ac.id/index.php/emasunimas/article/view/61%0Ahttps://journal.unimas.ac.id/index.php/emasunimas/article/download/61/278>
- Iana, E., Prastowo, S. L., & Syah, H. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Lifestyle, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Ekonomi Bisnis*, 29(1), 30–46. <https://doi.org/10.33592/jeb.v29i1.3641>
- Kartika, Y., Husna, H., Lubis, A., & Mufti, R. D. W. (2023). Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Inovatif: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital Dan Kewirausahaan*, 2(1), 35–49.
- Kotler, P. (1973). The Major Tasks of Marketing Management. *Journal of Marketing*, 37(4), 42–49. <https://doi.org/10.1177/002224297303700407>

- Kotler, P. (2000). Managing and Delivering Marketing Programs. *Marketing Management: The Millennium Edition*, 1–456.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=qYbPtgAACAAJ>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.,). Pearson Education.
- Kurniasih, V., Febrilia, I., & Rahmi. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan di Jakarta. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management*. McGraw-Hill/Irwin. <https://books.google.co.id/books?id=PstaLwEACAAJ>
- Liana, I., Sitindaon, N., Winda, S., Damanik, H., Tinggi, T., Pelanggan, H., & Atmosphere, S. (2022). *Dampak Relationship Marketing Dan Store Atmosphere Melalui Kepuasan Pelanggan*. 1(2017), 23–29.
- Lin, J., & Chao, R. (2023). *The Influence of Emotional Experience on Consumer 's Revisit Intention for Specialty Coffee Shops : Perceived Value a as Mediating Factor*. 12(6), 86–94. <https://doi.org/10.35629/8028-12068694>
- Manalu, D., & Johanna Roshinta. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Center Point Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 173–189. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.416>
- Manurung, A., Tjahjana, D., Pangaribuan, C., & Tambunan, M. (2021). Metode Riset Akutansi, Investasi Keuangan dan Manajemen. In *Jurnal manajemen*.
- Marissa, Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Lokasi Toko dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *E-Journal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 8(10), 14–24. www.fe.unisma.ac.id

- Marsellina Giofani, S., Suhud, U., & Rahmi, R. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty pada Coffee Shop Lokal Berkonsep Industrial di Jakarta. *Action Research Literate*, 8(1), 92–100. <https://doi.org/10.46799/ar1.v8i1.233>
- Maswar, Zikriati Mahyani, & Muhammad Jufri. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Al-Idarah : Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), 16–29. <https://doi.org/10.35316/idarrah.2020.v1i1.16-29>
- Matzler, K., Bidmon, S., & Grabner-Kräuter, S. (2006). Individual determinants of brand affect: The role of the personality traits of extraversion and openness to experience. *Journal of Product and Brand Management*, 15(7), 427–434. <https://doi.org/10.1108/10610420610712801>
- Meistoh, S., & Hadita, H. (2022). Impact of Hedonic Lifestyle Through Brand Image on Interest of Gopay Users in Generation Z in Bekasi City. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(5), 703–712. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i5.1340>
- Mercelina, S., & Renwarin, J. M. J. (2022). Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Seblak Pedas Neng Ochie). *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis*, 8(3), 3475–3491.
- Merton, R. K. (1968). Social Theory and Social Structure. In *Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama*. Simon and Schuster.
- Mills, C. W. (1959). The Sociological Imagination. In *Socialni Studia/Social Studies* (Vol. 16, Issue 1). Oxford University Press. <https://doi.org/10.5817/soc2019-1-147>
- Monroe, K. B. (2003). *Pricing: Making Profitable Decisions*. McGraw-Hill/Irwin. <https://books.google.co.id/books?id=oIe-QgAACAAJ>
- Nabila, L. B., & Vandayuli Riorini, S. (2023). the Effect of Customer Loyalty in

- the Coffee Shop Industry. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(5), 1–9.
<https://doi.org/10.58344/jmi.v2i5.223>
- Navila, V., & Ambardi, A. (2023). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Produk Kopi Gayo Aceh Di Coffee Shop Tuku Cipete. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(4), 292–302.
<https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i4.1294>
- Ninuk Yasmarini, & Adryan Rachman. (2024). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Repurchase Intention Pada Konsumen Toko Kopi Klasik Islamic Village. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 157–171.
<https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.273>
- Nopitasari, N., Sentosa, E., & Nursina, N. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Kosmetik Make Over di Kelurahan Pulogadung). *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 76–86.
<https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3337>
- Novansa, H., & Ali, H. (2021). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*.
<https://doi.org/10.21276/sjhss>
- Novita Sari, A. E., Hendrarini, H., & Wijayanti, P. D. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Promosi melalui Media Sosial, Store Atmosphere, dan Kualitas Pelayanan dengan Harga sebagai Variabel Intervening terhadap Keputusan Pembelian di Coffee Shop Scope Coffe Tuban. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3276. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i3.3692>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. In *Journal of Marketing Research* (Vol. 17, Issue 4, pp. 460–469). American Marketing Association. <https://doi.org/10.2307/3150499>

- Oliver, R. L. (1996). *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer*.
<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:169498138>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. In *Journal of Retailing* (Vol. 64, Issue 1, pp. 12–40). Elsevier Science.
- Pongoh, M. E. (2013). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1–5.
- Pranowo, A. S., Dachi, A., Nasution, N. L., & Hendayana, Y. (2021). The Mediating Role of Innovation Capability in the Relationship between Knowledge Sharing on SMEs' Performance. *Budapest International Research and Business Institute Journal*, 4(3), 3890–3899.
<https://doi.org/10.33258/birci.v4i3.2156>
- Purnama, L., Suyani, T., & Hardipamungkas, N. E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Online Gojek Di Kota Tangerang. Purnama, L., Suyani, T., & Hardipamungkas, N. E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Online Gojek Di Kota. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 45.
- Putra, Y., Fa, S., Sardanto, R., & Hadi, D. K. (2021). Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri BELIKOPI KEDIRI. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, Vol. 6, 1–4.
- Rahellea, S. L., & Rianto, M. R. (2023). Literatur Review: Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Loyalitas terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Nako. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 4(1), 63–73.
<https://doi.org/10.35912/simo.v4i1.1782>
- Rahmiati, F., Amin, G., & Othman, N. A. (2018). Analisis Penilaian Wisatawan Mancanegara Terhadap Loyalitas Wisata Belanja di Kota Bandung. *Shifting Behavior: The Pursuit of Digital Transformation in Managing Business*,

November, 78.

Ravitch, S. M., & Riggan, M. (2016). *Reason & Rigor: How Conceptual Frameworks Guide Research*. SAGE Publications.
<https://books.google.co.id/books?id=lvBQCwAAQBAJ>

Reichheld, F. (2004). The One Number you Need to Grow. *Harvard Business Review*, 81, 46-54,124.

Restuti, N., & Kurnia, M. (2022). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Borobudur Management Review*, 2(1), 24–40.
<https://doi.org/10.31603/bmar.v2i1.6817>

Safitri, A. F., Fitria, D., & Burhanudin, B. (2023). Pengaruh Produk, Tempat dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Santika Depok. *Journal on Education*, 5(2), 5128–5137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.1251>

Sanjaya, R. T., Azazi, A., Purmono, B. B., Rosnani, T., & Listiana, E. (2023). *Himalayan Economics and Business Management Does Service Quality and Store Atmosphere Influence Customer Loyalty Insight ? Citations : 2018*, 11–19.

Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>

Sari, P. R., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Ambassador Dan Bundling Product Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow Di Bekasi Utara. *Jurnal Economina*, 2(9), 2579–2595. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.835>

Sari, R., Nurmandiansyah, M. T., & Gunawan, A. (2020). Pengaruh Emosional Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bisnis Kuliner: Studi Pada Warunk Kopi Platt Monkull. *Jurnal MD*, 6(1), 115–130.

- Sholikhah, A. F. (2023). *melalui kepuasan pelanggan mie gacoan di. 2.*
- Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Rukmini Sari, H. P. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 35–49. <https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1803>
- Solvaroyani, A. S., Hartono, S., & Aryati, I. (2021). minat beli konsumen ditinjau dari store atmosphere, lokasi, dan word of mouth (Studi Kasus Pada Tas Butik Solo) (Consumer Purchase Interest Assessed From The Atmosphere Store, Location, And Word Of Mouth Case Study On Solo Boutique). *Jurnal Ekbis*, 22(1), 42. <https://doi.org/10.30736/je.v22i1.696>
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (1993). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill. <https://books.google.co.id/books?id=fbUzGwAACAAJ>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, ISBN: 979-8433-64-10. In *Alfabeta* (Issue 465).
- Suharna, A., Eldine, A., & Sume, S. A. (2019). Citra Merek Dan Fasilitas (Tangible) Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 103. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i1.1869>
- Susilo, I., & Samuel, H. (2022). Analisa Pengaruh Emotional Marketing Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Awareness Pada Produk Dove Personal Care Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 23–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.23-34>
- Syahdani, E. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Konsumen Floc.Co Coffe Shop Medan. *Thesis*.
- Terry, G. R. (2021). *Dasar-dasar Manajemen Edisi Revisi*. Bumi Aksara. <https://books.google.co.id/books?id=-6UmEAAAQBAJ>
- Vendy, V., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Suasana Restoran, Kualitas Pelayanan

- dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan Panda Hotpot and Grill. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 71. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.916>
- Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 510–521. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14169>
- Wardinata, G., & Ali Alam, I. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Masa Pandemi Covid-19. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 677–688. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.78>
- Weihrich, H., & Koontz, H. (1993). *Management: A Global Perspective*. McGraw-Hill. <https://books.google.co.id/books?id=aLVVPgAACAAJ>
- Wijanarka, Y., Suryoko, S., & Widiartanto. (2024). Pengaruh Emotional branding dan Experiential marketing Terhadap Loyalitas Merek Eiger Adventure Melalui Brand trust dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Eiger Adventure Store Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*, 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/%0A%E2%80%9CPengaruh>
- Yonatan, N. L. (2023). *Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Ulasan Produk Terhadap Kualitas Informasi Pada E-Commerce*. 2(3), 250–257.
- Yonatan, N. L., Ali, H., & Hendayana, Y. (2024). Effect of Product Innovation , Networking and Marketing Innovation on E-Commerce. *Dinasti International Journal of Management Science*, 5(5), 1008–1016.
- Yulianti, Y., & Deliana, Y. (2020). Gaya Hidup Kaitannya dengan Keputusan Konsumen dalam Membeli Minuman Kopi. *Jurnal AGRISEP*, 17(1), 39–50. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.17.1.39-50>
- Zahroh Ulfatuz, U. (2019). Pengaruh Produk, Word of Mouth, Lokasi Terhadap

Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(3), 1–18.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services Marketing*. McGraw-Hill Companies, Incorporated.
<https://books.google.co.id/books?id=mkYfAQAAIAAJ>

