

DAFTAR PUSTAKA

- Aeniyatul. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 1–9.
- Alya Insani, N., & Nina Madiawati, P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jimea: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 112–122. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/300>
- Baron, & Kenny. (1986). The Moderator-Mediator Variabel Distinction in social Psychological Research: Conceptual, Strategic, And Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology. University of Connecticut*, 51(6), 1173–1182.
- Dwi Putra Hendro ariantoro & Budhi. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–23.
- Fahimah, Fauzi, A., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol*, 28(2), 1–10. www.designerrior.com
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*.
- Hoki, L., Simamora, R. B., & Michael. (2024). Analisis Pengaruh Cita Rasa , Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap KepuasanKonsumen di Bambu Ungu Resto. *Journal Of Social Science Research*, 4(5).
- Husain, R. K. (2020). Rizki Kurnia Husain A012182014. *Pengaruh, Analisis Distribusi, Saluran Pelanggan, Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan*.
- Husodho, W. R. (2015). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Obyek Wisata Dumilah Water Park Madiun. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 3(2). <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v3i2.667>
- Imaroh, T. S., & Ubaedilah. (2020). The Influence of Product Quality , Product Features , Product Design , and Product Trust on Purchase Decision. *IOSR Journal of Business and Management*, 22(12), 19–27. <https://doi.org/10.9790/487X-2212041927>
- Kepuasan, T., Pada, K., Ko, C., Cok, W. E., & Solo, D. I. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada*

cafe ko.we.cok di solo. 6(1), 1–14.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson, 1–21.

Kusuma, N. C., & Budiarti, L. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop Everytime Kota Malang*. 7, 281–284.

Luh, N., Indiani, P., Komang, N., Pusparini, N., & Wijaya, B. K. (2024). Jurnal Mirai Management Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotekku di Tabanan. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 128–137.

Mandei, J. M. V., Massie, J. D. ., & Soepono, D. (2020). Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Brownice Beverage and Pastry. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 361–369.

Maradita, F., & Susilawati, M. (2021). Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan, dan Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Goa Sumbawa. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.47747/jnmprsdm.v2i1.206>

Mardatillah, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Padan NAEM 555 CUCIAN. *Madani Accounting and Management Journal*, 7(2), 36–63. <https://doi.org/10.51882/jamm.v7i2.38>

Mensah, J., Oppong, P. K., & Addae, M. (2022). Effect of Packaging on Perceived Quality and Brand Loyalty: The Mediating Role of Brand Association in Over-the-Counter Market. *Open Journal of Business and Management*, 10(01), 297–313. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.101018>

Nursakinah, Hinggo, H. T., & Binangkit, I. D. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bangunan Sinar Agung Pekanbaru. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 179–189. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/download/360/49>

Pramataty, V., Najib, M., & Nurrochmat, D. R. (2004). Pengaruh Atmosfer Kedai Kopi Terhadap Emosi Dan Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 12(2), 126–136. <https://doi.org/10.17358/jma.12.2.126>

Prasetyo, B., Sholichah, M., Adil, M., Soelistya, D., & Rosyihuddin, M. (2022). The Importance of Product Quality, Price Perception and Service Quality in Achieving Customer Satisfaction. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 5457–5471. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i1.4252>

Prastian, I. R. (2023). *Analisis Pengaruh Atmosfer Cafe Dan Lokasi Cafe Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Able's Coffee Semarang)*.

- Putri, A. H. (2022). Pengaruh Suasana Toko (Atmosphere Toko) Terhadap Pembelian Konsumen Di Swalayan Subur Jaya Desa Buatan Ii Kec. Koto Gasib. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jesya*, 5(2), 2192–2107. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.808>
- Rooroh, C., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2020). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 130–139.
- Roosnik. (2011). Kepuasan dan loyalitas Pelanggan. *Phys. Rev. E*, 108(2002), 24.
- Rust, R. T., & Huang, M. H. (2014). The service revolution and the transformation of marketing science. *Marketing Science*, 33(2), 206–221. <https://doi.org/10.1287/mksc.2013.0836>
- Safitri, N., Hadi, P., & Dwi, B. (2020). Analisis Suasana Toko, Potongan Harga Dan Penataan Produk Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 261–270. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i3.362>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A Skill building approach*.
- Sholihah, I. A. (2020). Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 750–756.
- Sofia, S., Natasya Firyal, R., Oktaviani, A., Maula Ghifari, N., & Wachdijono, W. (2023). The Effect of Baristas on Consumer Satisfaction through Coffee Shop Atmosphere as an Intervening Variable. *Journal Transnational Universal Studies*, 1(8), 769–785. <https://doi.org/10.58631/jtus.v1i9.46>
- Sugiyono, P. D. (2019). Buku sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Surakarta, U., & Surakarta, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Solo Raya Tahun 2022). 9(2), 158–169.
- Talukder, A. K. (2018). Customer Satisfaction-a Conceptual Review. *Internation Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 6(1), 2320–2882. www.ijcrt.org
- Teguh Iman Santoso, & Indrajaya, D. (2023). Penggunaan SEM – PLS dan Aplikasi SmartPLS Untuk Dosen dan Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(2), 97–104. <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i2.630>
- Uncles, M. D., Dowling, G. R., & Hammond, K. (2003). Customer loyalty and

- customer loyalty programs. *Journal of Consumer Marketing*, 20(4–5), 294–316. <https://doi.org/10.1108/07363760310483676>
- Wardhana, A. (2024). *Loyalitas pelanggan* (Issue August).
- Aeniyatul. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 1–9.
- Alya Insani, N., & Nina Madiawati, P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jimea: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 112–122. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/300>
- Baron, & Kenny. (1986). The Moderator-Mediator Variabel Distinction in social Psychological Research: Conceptual, Strategic, And Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology. University of Connecticut*, 51(6), 1173–1182.
- Dwi Putra Hendro arianoro & Budhi. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–23.
- Fahimah, Fauzi, A., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol*, 28(2), 1–10. www.designerrior.com
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*.
- Hoki, L., Simamora, R. B., & Michael. (2024). Analisis Pengaruh Cita Rasa , Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap KepuasanKonsumen di Bambu Ungu Resto. *Journal Of Social Science Research*, 4(5).
- Husain, R. K. (2020). Rizki Kurnia Husain A012182014. *Pengaruh, Analisis Distribusi, Saluran Pelanggan, Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan*.
- Husodho, W. R. (2015). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Obyek Wisata Dumilah Water Park Madiun. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 3(2). <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v3i2.667>
- Imaroh, T. S., & Ubaedilah. (2020). The Influence of Product Quality , Product Features , Product Design , and Product Trust on Purchase Decision. *IOSR Journal of Business and Management*, 22(12), 19–27. <https://doi.org/10.9790/487X-2212041927>
- Kepuasan, T., Pada, K., Ko, C., Cok, W. E., & Solo, D. I. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada*

cafe ko.we.cok di solo. 6(1), 1–14.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson, 1–21.

Kusuma, N. C., & Budiarti, L. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop Everytime Kota Malang*. 7, 281–284.

Luh, N., Indiani, P., Komang, N., Pusparini, N., & Wijaya, B. K. (2024). *Jurnal Mirai Management* Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotekku di Tabanan. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 128–137.

Mandei, J. M. V., Massie, J. D. ., & Soepono, D. (2020). Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Brownice Beverage and Pastry. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 361–369.

Maradita, F., & Susilawati, M. (2021). Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan, dan Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Goa Sumbawa. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.47747/jnmprsdm.v2i1.206>

Mardatillah, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada NAEM 555 CUCIAN. *Madani Accounting and Management Journal*, 7(2), 36–63. <https://doi.org/10.51882/jamm.v7i2.38>

Mensah, J., Oppong, P. K., & Addae, M. (2022). Effect of Packaging on Perceived Quality and Brand Loyalty: The Mediating Role of Brand Association in Over-the-Counter Market. *Open Journal of Business and Management*, 10(01), 297–313. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.101018>

Nursakinah, Hinggo, H. T., & Binangkit, I. D. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bangunan Sinar Agung Pekanbaru. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 179–189. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/download/360/49>

Pramatya, V., Najib, M., & Nurrochmat, D. R. (2004). Pengaruh Atmosfer Kedai Kopi Terhadap Emosi Dan Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 12(2), 126–136. <https://doi.org/10.17358/jma.12.2.126>

Prasetyo, B., Sholichah, M., Adil, M., Soelistya, D., & Rosyihuddin, M. (2022). The Importance of Product Quality, Price Perception and Service Quality in Achieving Customer Satisfaction. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 5457–5471. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i1.4252>

Prastian, I. R. (2023). *Analisis Pengaruh Atmosfer Cafe Dan Lokasi Cafe Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Able's Coffee Semarang)*.

- Putri, A. H. (2022). Pengaruh Suasana Toko (Atmosphere Toko) Terhadap Pembelian Konsumen Di Swalayan Subur Jaya Desa Buatan Ii Kec. Koto Gasib. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jesya*, 5(2), 2192–2107. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.808>
- Rooroh, C., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2020). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 130–139.
- Roosnik. (2011). Kepuasan dan loyalitas Pelanggan. *Phys. Rev. E*, 108(2002), 24.
- Rust, R. T., & Huang, M. H. (2014). The service revolution and the transformation of marketing science. *Marketing Science*, 33(2), 206–221. <https://doi.org/10.1287/mksc.2013.0836>
- Safitri, N., Hadi, P., & Dwi, B. (2020). Analisis Suasana Toko, Potongan Harga Dan Penataan Produk Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 261–270. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i3.362>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A Skill building approach*.
- Sholihah, I. A. (2020). Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 750–756.
- Sofia, S., Natasya Firyal, R., Oktaviani, A., Maula Ghifari, N., & Wachdijono, W. (2023). The Effect of Baristas on Consumer Satisfaction through Coffee Shop Atmosphere as an Intervening Variable. *Journal Transnational Universal Studies*, 1(8), 769–785. <https://doi.org/10.58631/jtus.v1i9.46>
- Sugiyono, P. D. (2019). Buku sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Surakarta, U., & Surakarta, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Solo Raya Tahun 2022). 9(2), 158–169.
- Talukder, A. K. (2018). Customer Satisfaction-a Conceptual Review. *Internation Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 6(1), 2320–2882. www.ijcrt.org
- Teguh Iman Santoso, & Indrajaya, D. (2023). Penggunaan SEM – PLS dan Aplikasi SmartPLS Untuk Dosen dan Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 2(2), 97–104. <https://doi.org/10.54099/jpma.v2i2.630>
- Uncles, M. D., Dowling, G. R., & Hammond, K. (2003). Customer loyalty and

customer loyalty programs. *Journal of Consumer Marketing*, 20(4–5), 294–316. <https://doi.org/10.1108/07363760310483676>

Wardhana, A. (2024). *Loyalitas pelanggan* (Issue August).