

## DAFTAR REFRENSI

- Ababil, R. (2019). Analisis Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee.
- Adiantari, N. W. P., & Seminari, N. K. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Atmosfer Toko Terhadap Niat Beli Ulang Pada Konsumen H&M. *E-Journal Manajemen*, 11(7), 1337-1356.
- Agustinawati, A. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Shampo Dove Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 5(1).
- Aini, I. N. (2021). Pengaruh Kualitas pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Minat Pengunjung Hotel Oriza Di Surabaya (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA).
- Aisah, I. N., & Wahyono, W. (2018). Influence of Store Atmosphere, Product Knowledge and Brand Image toward Purchase Decision through Word of Mouth. *Management Analysis Journal*, 7(2), 189-200.
- Akbar, Raden Muhammad. (2011) *Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen dalam mmbeli kendaraan mobil Honda pada PT. Istana Lampung Raya di Bandar Lampung*. (Tesis). Universitas Lampung, Bandar Lampung
- Akram, U., Hui, P., Khan, M. K., Has him, M., & Rasheed, S. (2016). Impact of Store Atmosphere on Impulse Buying Behaviour: Moderating Effect of Demographic Variables. *International Journal of U- and e- Service, Science and Technology*, 9(7), 43–60. <https://doi.org/10.14257/ijunesst.2016.9.7.05>
- A, M. S., & Daniaty, F. (2017). Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Di Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 124–131. <https://doi.org/10.24912/je.v22i1.186>
- Anggraini, Novita. 2018. “Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zahara Hijab Collection Warujayeng.” Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Un Pgri Kediri 1–108
- Anggraini, L., & Chodidjah, S. (2023). PENGARUH WISATA EDUKASI, NIAT PERILAKU, DAN LOKASI TERHADAP NIAT BERKUNJUNG ULANG KE TAMAN ISMAIL MARZUKI JAKARTA. *Human Capital Development*, 10(2).
- Ardana, S. M., Hanifah, I. H., Chaliftah, D., & Viana, R. O. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Live Streaming Marketing Shopee Pada Akun Jasmine Jilbab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Surabaya). *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(2), 105-115.

- Arianto, D. P. H. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–23.
- Ariffin, S., Yusof, J. M., Putit, L., & Shah, M. I. A. (2016). Factors Influencing Perceived Quality and Repurchase Intention Towards Green Products. *Procedia Economics and Finance*, 37(1), 391–396. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30142-3](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30142-3)
- Ariska, N., & Wijaksana, T. I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung). *EProceeding of Management*, 4(3), 2909–2915
- Arkam, M. M. (2020). Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(1), 17-25.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press
- Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah, (2020) Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah. (2020). *manajemen pemasaran*. CV BUDI UTAMA.
- Aviolitasona, Gheraldin Bella. 2017. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Bahari, A. F., & Ashoer, M. (2018). Pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen ekowisata. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 68-78
- Berman, B dan J.R Evans, 2018. *Retail Management: A Strategic Approach* (13th ed.) New Jersey: Prentice Hall inc.
- Buchory., A, dan Saladin, D. (2018). *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Dikdik Harjadi, S. E., & Iqbal Arraniri, S. E. I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial (Vol. 1)*, Penerbit Insania.
- Desriayu, R. (2021). Analisis Dampak Suasana Tempat, Persepsi Harga, Dan Cariansi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen PT Panca Rasa Nusantara
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105
- Ghozali Imam. *Aplikasi analisis multivariate dengan program spss*. Badan penerbit universitas diponegoro;2012
- Hair et.al. 2014. *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls Sem)*. USA: SAGE.
- Harun, A., Obong, A., Kassim, A. W. M., & Lily, J. (2018). The effects of destination image and perceived risk on revisit intention: A study in the Southeastern Coast of Sabah, Malaysia. *E-review of Tourism Research*, 15(6) <https://doi.org/10.18502/kss.v3i26.5395>

- Imanulah, R., Andriyani, I., Melvani, N.F. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Restoran Pancious Soma Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1). DOI: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1>
- Istiani, M. (2020). Pengaruh Tourist Experience Terhadap Behavioral Intention: *Survei terhadap wisatawan yang berkunjung ke The Lodge Maribaya* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Kotler, P & Amstrong, G. (2013). Principles Of Marketing 14e. global edition: Pearson Education, Inc
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Physical Therapy Science*, 9(1),1–11. <http://dx.doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2015.07.010>
- Kurniyanto, E. T., Sugiharto, S., GS, A. D., Dewi, R., & Teguh, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Kopi Prada Di Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 269-283.
- Kusumowidagdo A. 2010. Pengaruh desain atmosfer toko terhadap perilaku belanja. *Jurnal Manajemen Bisnis* 3(1): 17–32.
- Lestari, A. A., & Aprileny, I. (2020). The Influence Of Service Quality, Price Perception And Suasana toko On Customer Satisfaction (Consumer Study At Kedai Camp Survivor, Bogor). 1-15
- Levy and weitz. (2012), *Retailing Management*, Mc. Graw Hill, New York
- Levy M, Weitz B. 2004. *Retailing Management* 5<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw Hill, Irwin.
- Mahfudhotin, S., & Nurfarida, I. N. (2020). Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi Dan Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 1–6
- Mentari, A., & Armia, S. (2016). Pengaruh faktor demografi terhadap keputusan pembelian mobil di Kota Banda Aceh dengan persepsi merek mewah sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 1(1), 23-36.
- Merentek, Y. F., Lopian, J., & Soegoto, A. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk,Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2839–2847.
- Nafis, R. W., Junaidi, J., Damayanti, P., Fikri, M. H., & Febriyanti, R. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Berkunjung Ulang Wisatawan Di Objek Wisata Kebun Teh Wonosari Malang. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 11(2), 127-133.
- Nafis, R. W., Junaidi, J., Damayanti, P., Fikri, M. H., & Febriyanti, R. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Berkunjung Ulang Wisatawan Di Objek Wisata Kebun Teh Wonosari Malang. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 11(2), 127-133.

- Nainggolan, N. T., Munandar, M., Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, F., Hastuti, P., ... & Gusman, D. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Niekerk, B. ., Petzer, D. ., & Beer, L. . (2016). The interrelationships between boutique storeatmosphere, customer satisfaction, storeloyalty and repurchase intention -A Study of Females in the North-West Province. *The Retail and Marketing Review*, 12(1), 70-88.
- Noviyanti, Iis, Denok Sunarsi, and Hadion Wijoyo. 2021. "Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh." 4(1):43–54.
- Pather, P. (2016). Brand equity as a predictor of repurchases intention of male branded cosmeticproducts in South Africa. *Business & Social Science Journal*, 1(3), 193–247.
- Pramatayya, V., Najib, M., & Nurrochmat, D. R. (2015). Pengaruh atmosfer kedai kopi terhadap emosi dan keputusan pembelian ulang. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 12(2), 126-126
- Puspitarini, J. P., Samari, S., & Ratnanto, S. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Okui Kopi Ditinjau Dari Suasana Cafe, Harga Dan Variasi Menu. *Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis (SIMANIS) dan Call for Paper*, 1(1), 267-275.
- Putra, V. S. (2018). Pengaruh kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kualitas lingkungan fisik terhadap niat perilaku pembelian ulang pelanggan (pada pelanggan restoran soto lamongan cak har di surabaya) *Jurnal Manajerial*, 4(2), 49-56.
- Rasulong, F. H. M. N. I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability fakultas Ekonomi dan bisnis*, 3(1).
- Rifqi Rahadira Rachman, 2021 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Armor Kopi Dago Pakar Kota Bandung Universitas Pendidikan Indonesia
- Ririn, Rosyidi, (2020). Pengendalian Kualitas Produk. Buku Monograf. Batam: Universitas Putera Batam
- Romdhoni, R., & Wajdi, M. F. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Suasana Kedai Kopi Terhadap Minat Berkunjung Mahasiswa (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Saputra, M. C., & Sukardi, S. (2018). Analisis pengaruh variabel Store Atmosphere (Suasana Toko) terhadap minat beli ulang pada Kopi Merapi. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 8(1), 99-122.
- Saputra, M. C., & Sukardi, S. (2018). Analisis pengaruh variabel Store Atmosphere (Suasana Toko) terhadap minat beli ulang pada Kopi Merapi. *Jurnal fokus manajemen bisnis*, 8(1), 99-122.
- Sari dan Siregar. (2019). Pengaruh Product quality, Price, Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty pada Restoran Aneka Rasa

- Jambi dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 4(2), Oktober 2019, pp.368-374
- Sari, N., & Solichin, E. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Cwimie Malang Bangko. *Ekopendia*, 6(2), 128-135.
- Sarihati, T., Widodo, P., & Widihardjo, W. (2015). Penerapan Elemen-Elemen Interior Sebagai Pembentuk Suasana Ruang Etnik Jawa Pada Restoran Boemi Joglo. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 3(3).
- Savira, Y., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Bangunan Ud Triputra Selaras. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)*, 5(1), 81-93.
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 26-33.
- Sman Nasir. (2021). Studi kelayakan bisnis (Kodri (ed.)). CV.Adanu Abimata.
- Soehardi. (2021). Model Peningkatan Volume Penjualan Melalui Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Kopi Golda . *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 345-359
- Stylos, N., Vassiliadis, C. A., Bellou, V., & Andronikidis, A. (2016). Destination images, holistic images and personal normative beliefs: Predictors of intention to revisit a destination. *Tourism Management*, 53, 40–60. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.006>
- Syafrudin, A. F., Arifin, R., & Mustapita, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Tata Letak Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Depo Bangunan Malang). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Opline Shop Shopee*, 121
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75–84. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>
- Tania, L. T., Syofian, S., & Markoni, M. (2023). Pengaruh Suasana Toko, Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Koya Baby House Dikota Bengkulu. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 493-497.
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1-14.
- Tjiptono, Fandy. 2000. Strategi Pemasaran Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

- Tjiptono, Fandy. (2016). *Service & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Widjaja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukajie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Sumedang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 465–476
- Yamit, Zulian. (2017). *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Yogyakarta : Ekonisia
- Yudiatantri, A., & Nora, L. (2019). The Effect of Store Atmosphere and Packaging Design toward Impulsive Buying with Shopping Lifestyle As a Moderating Variable at Carrefour in Jakarta. *KnE Social Sciences*, 11(1), 474–491
- Yularto, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).