

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Angliawati, R. Y., & Mutaqin, M. F. I. (2023). IMPLIKASI STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SLOMO COFEE BANDUNG. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 52-65.
- Bayu rifa'I, Ni Wayan Eka Mitariyani, I. G. A. I. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar. *Emas Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 31–42.
- Berman B, Evans J. 2001. *Retail Management: A Strategic to Approach*. New Jersey (US): Prentice Hall.
- Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2022). *Pendahuluan*. 11(1), 43–50.
- Campbell, Cockril dan Goode. 2010. *The Strategy and Tactics of Pricing*. New York: Kogan Page.
- Cocrill, A. and Goode, MM (2010) Percieved Price And Price Decay In The DVD Marke. *The Journal Of Product And Brand Management* .19 (5).
- Dewi, P. V. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Langkah Coffee Shop. *EMAS*, 2(2).
- Dewi, Nunik Lestari, Yuliana Gunawan, Soddin Mangunsong, and Yohana Meiliana. 2021. "Pengaruh Sistem Pengendalian Internal Dan Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Berkelanjutan." *Jurnal Manajemen Maranatha* 20 (2): 99–106. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i2.3024>
- Diana, R., & Bahgie, W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Di Serba Ada Takengon. *Jurnal Kebangsaan*, 9(18), 32–39.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Effendy, F. H., Khuzaini, K., & Hidayat, I. (2019). Effect of Service Quality, Price And Store Atmosphere on Customer Satisfaction (Study on Cangkir Coffee Shop in Surabaya). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3, 123-148.

- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfaction*. Bintaro Tangerang Selatan: Edisi tiga. Andi.
- Faqih, A., Aisyah, S., Wachdijono, W., & Rosdiana, E. (2022). The Influence Of Building And Atmosphere On The Development Of Coffee Shop Businesses In The SDGs Era Through Social Media As Intervening Variable. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik (JMIL)*, 6(1), 99-111.
- Ghozali I. 2014. *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan*
- Hananda, A. V. E. (2021). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Cafe Rvang di Ketintang Surabaya* (Doctoral dissertation, UPN" VETERAN" JATIM).
- Handyana, S. W., Waloejo, H. D., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Peacockoffie Gombel Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 43-50.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Iskandar, A. S., Sunarsi, D., & Haryadi, R. N. (2022). *PENGARUH PROMOSI DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PIGEONHOLE COFFEE DI BINTARO TANGERANG SELATAN. 2.*
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milinium 1*. Jakarta: Prehanllindo
- Kristiana, M., & Muhammad, E. (2017). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 01(01), 113–117.
- KUSUMAWATHI, N. W. G., DARMAWAN, D. P., & SURYAWARDANI, I. G. . O. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Seniman Coffee Studio. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.24843/jaa.2019.v08.i01.p01>
- Lestari, R., & Meidina, S. F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Brand Trust Minuman Koi Thé Cabang Mall Plaza Indonesia. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3), 2967–2979.

- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Lubis, I., Falahi, A., & Hutasuhut, J. (2022). Pengaruh Tarif Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Als Trayek Medan-Kotanopan. *Jurnal bisnis mahasiswa*, 2(2), 223-234.
- Makarueh, J., Rohaetin, S., & Erang, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café About Something Palangka Raya. *Edunomics Journal*, 3(1), 17-21.
- Maluhu. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Intan Building Center Kota Baubau*. 2, 16–19.
- Manajemen, J. S. (2023). *IMPLIKASI STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN*. 5(1).
- Maros, H., & Juniar, S. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere*. 2010, 1–23.
- Melisa, & Siregar, dian lestari. (2021). *Jurnal Fair Value*. 4(2), 691–703.
- Nurjaya, N., Erlangga, H., Iskandar, A. S., Sunarsi, D., & Haryadi, R. N. (2019). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pigeonhole Coffee di Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(2), 147–153. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i2.171>
- Palelu, D. R. G., JFATumbuan, W., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang the Influence of Price Perception and Service Quality on Customers Satisfaction on Kamsia Boba Lawang. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* , 10(1), 68–77.
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 86–104. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.336>
- Program SmartPLS 3.0*. Semarang : Badan Penerbit
- Prayogi, D., & Suhermin. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.

- Purwadi, P., Devitasari, B., & Caisar Darma, D. (2020). Store Atmosphere, SERVQUAL and Consumer Loyalty. *SEISENSE Journal of Management*, 3(4), 21–30. <https://doi.org/10.33215/sjom.v3i4.385>
- Ratu Syifa Nabila Khansa. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Purijakarta Barat). *Jurnal STEI Ekonomi*, 20(Xx), 2. [http://repository.stei.ac.id/3253/1/Jurnal Indo Ratu Syifa-dikonversi.pdf](http://repository.stei.ac.id/3253/1/Jurnal%20Indo%20Ratu%20Syifa-dikonversi.pdf)
- Rahayu, B., Muzajjad, A., Mahsunah, A., & Aslichah, A. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Product Variations Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ayu Citra Store Jombang. *Jurnal Economina*, 1(1), 74–83. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i1.41>
- Rizkyani, M. A., & Anggraeni, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kemasan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Hokben. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 482-487.
- Santi, & Putra, A. (2020). Pengaruh persepsi harga, promosi, kualitas pelayanan dan suasana café terhadap kepuasan konsumen pada café bumi di batu bara. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Sains*, 84–93.
- Saputra, M. C., & Sukardi, S. (2020). Analisis Pengaruh Variabel Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kopi Merapi. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 8(1), 99. <https://doi.org/10.12928/fokus.v8i1.1584>
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, P. K. dan. (2013). Kajian Teori, Kepuasan Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Tjiptono, Fandy, & Gregorious Chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Utomo, P., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Store Atmpsphere terhadap Kepuasan (Studi Pada Pelanggan Antariksa Coffeeshop Semarang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(1), 40–60.
- Wardhana, F. A., & Sitohang, F. M. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan Pada warkop Benpadang Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(1), 51–59.