

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. R. C., & Soebiantoro, U. (2023). Analysis of the Influence of Brand Image and Location on Repurchase Interest in Coffee Shop Jokopi Dinoyo Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7006–7020.
- Ainurrochimah, R., & Mahendri, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Trust Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Di Kabupaten Jombang. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(3), 1097–1111. <https://doi.org/10.53363/buss.v3i3.190>
- Amelina, W., Samsudin, A., & Ramdan, A. M. (2020). Minat Beli Ulang Berdasarkan Customer Experience dan Customer Satisfaction. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 2(1), 325–334. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v2i1.1759>
- Angelita, A., & Rachmi, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Keragaman Produk Terhadap Impulse Buying Di Miniso Lippo Plaza Sidoarjo. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 65–68.
- Anggraini, I. D., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Visual Merchandising Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Miniso di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 660–666.
- Aningtyas, E. S., & Supriyono. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Zoya di Outlet Kediri. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1592–1597. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2588>
- Azmi, R. N., Mulyaningsih, H. D., & Mahani, S. A. E. (2024). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Repurchase Intention dengan Service Quality sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Pengunjung Asep Stroberi Nagreg Bandung). *Bandung Conference Series: Business and Management*, 4(1), 523–529. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v4i1.11212>
- Chairunisya, A. I., & Soebiantoro, U. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kolam Pancing Dan Lesehan Ikan Bakar 2 Saudara Jaya. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1037–1049.

- Dexter, J. (2022). Peran Moderasi Customer Experience Atas Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Repurchase Intention KKV. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 9(2).
- Dialoka, C. E., & Soebiantoro, U. (2024). The Influence of Store Atmosphere, Price Perceptions, and Service Quality on Customer Satisfaction at Kedai Semoga Sukses. *International Journal of Economics*, 3(1), 22–33. <https://doi.org/10.55299/ijec.v3i1.568>
- Dika, R. P., Khairi, A., & Wijaya, R. S. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kepercayaan Pada Sebuah Kafe Dikota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 468–477.
- Firzatullah, F. (2023). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Miniso Di Indonesia*.
- Gosal, S., & Setiobudi, A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Juice&Smoothieszone. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 5, Issue 4).
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *IJSE – Indonesian Journal on Software Engineering*, 5(1), 19–28.
- Jumawar, E., & Nurmartian, E. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Value Terhadap Customer Loyalty Indihome (Pada Pelanggan Indihome Area Gegerkalong). *JCOB: Journal Competency of Business*, 5(2), 102–111. <https://doi.org/https://doi.org/10.47200/jcob.v5i02.1094>
- Kurniawan, K. A., & Fitriyah, Z. (2024). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Coffeshop Samata House Surabaya. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 1329–1339. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i3.5038>
- Laia, O., Dakhi, P., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD. As Laia Di Kecamatan Amandraya. *Pareto: Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 10–22.
- Leindarita, B., & Andriansa, R. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Coco Coffee). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 356–363. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2014>
- Maghfiroh, L., & Aminah, S. (2024). The Influence Of Price Perception, Brand Image And Electronic Word Of Mouth (E-Wom) On Purchase Interest In The Spotify Premium Music Application. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7339–7346.

- Majid, R. A., & Selvi, E. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Laundry Sepatu Coora Premium Care Grand Galaxy. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(19), 336–345. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7174162>
- Manein, J. O., Saerang, D. P. E., & Runtu, T. (2020). Penentuan harga pokok produksi dengan menggunakan metode full costing pada pembuatan rumah kayu (Studi kasus pada CV. Rajawali Tunggal Perkasa - Woloan 1 Utara). *Indonesia Accounting Journal*, 2(1), 37–43. <https://doi.org/10.32400/iaj.27557>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *JIBM: Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146. www.investor.iddi
- Marwanto, B., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (pada Konsumen Produk Sayuran Cv Tani Organik Merapi Pakem Sleman). *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(2), 120–128.
- Minh-Tri HA. (2021). The impact of customer experience on customer satisfaction and customer loyalty. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(14), 1027–1038.
- Musarofah, I. (2020). Pengaruh Keanekaragaman Produk, Store Atmosfer, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang. *SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 2.
- Ningsih, A., & Hurnis, D. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Memediasi Kepuasan Pelanggan. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2971–2979. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.2016>
- Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230–243. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i2.4651>
- Oscar, B., & Sumirah, D. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(1), 1–11.
- Purnamawati, N. L. A., Mitariani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung. *VALUES*, 1(3), 171–181.

- Putri, A. H. (2023). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Swalayan Subur Jaya Desa Buatan II Kecamatan Koto Gasib. *JIABIS: Jurnal Administrasi Bisnis & Ilmu Sosial*, 1(1), 58–74.
- Putri, H. A., & Suhermin. (2022). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian. *JIRM: Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(4), 1–19.
- Safitri, R. A., & Rini, S. (2023). Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Jolly Bakery, Wonogiri). *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi (HUBISINTEK)*, 2(1), 1124–1131.
- Sari, C. T. P., & Dermawan, R. (2023). The Effect of Store Atmosphere and Product Completeness on Purchasing Decisions at the Nasional Kitchen Store in Kupang City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2666–2674. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Parahyangan. *Oikonomia: Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(1), 30–44.
- Setiawan, R. A., Askolani, & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Doktor Manajemen*, 6(2), 188–203.
- Soleha, A. (2022). Teori Dasar-Dasar Pemasaran. *Pusdansi.Org*, 2(5), 1–8.
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2020). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(3), 176–184. <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1756>
- Tahir, M. (2023). Analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(2), 378–385. www.nexparabola.co.id
- Violeta, L. G., & Farida, S. N. (2023). Pengaruh Brand Image dan Customer Experience Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening terhadap Customer Loyalty pada McDonald's Rungkut di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 673–685. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.457>

- Wardani, E. K., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Pelanggan Kedai Kopi Janji Jiwa Di Kota Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6631–6639. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Widodo, A. W., & Arif, Moh. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Es Kopi Susu Di Swag Coffee Co., Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(1), 1–16.