

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriana, A. E., & Sulistyawati, L. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ludic Cafe (Studi Pada Pelanggan Ludic Cafe Kendangsari, Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1614–1627. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 254–268. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i2.9647>
- 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), 99–114. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2644>
- Chandra, K., & Santoso, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Mega Mart. *Agora, Jurnal Mahasiswa Bisnis Manajemen*, 9(2).
- Dewi, B. C. K., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Experiential Marketing Pada Konsumen E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Universitas Swasta di Kota Malang Pengguna Shopee). *JIAGABI*, 12(1), 142–148. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/20232/15028>
- Dewi, T. F., & Mubarak, A. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 16(1), 69–94. <https://doi.org/10.24905/permana.v16i1.352>
- Effendy, M. L., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Kopi Cak Kebo. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(2), 107–116. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i2.24805>
- Farikha, F., Rachman, E., & Antu, Y. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen di Foodpedia Gorontalo. *JAB: Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 27–32. <https://doi.org/10.35797/jab.13.1.27-32>
- Fauzi, B., & Quintania, M. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Journal of Management Reviews*, 5(1), 621–631. <http://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate*

- Data Analysis* (8th ed., pp. 95–120). Cengage Learning EMEA. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Hanny, & Krisyana. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kafe di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1115–1129. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.703>
- Hanum, L., Harahap, N. J., & Halim, A. (2024). Pengaruh Produk, Brand Image, Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Massa Kok Tong Rantauprapat. *MSEJ: Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5191–5203. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4983>
- Haryani, S., & Sirajuddin. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pembelian Sepeda Motor Pada Cv . Sulteng Motor Palu. *Jurnal Sinar Manajemen*, 6(2), 146–152.
- Intan, D. R., Gurning, R. N. S., & Ginting, L. N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Pertanian Agros*, 23(1), 84–89. <https://dx.doi.org/10.37159/jpa.v23i1.1340>
- Kadafi, M. A., & Novita, S. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 544–553. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/issue/view/211>
- Karjuni, A., & Susliawati, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kafe Seblak Ceker Naga Majalengka. *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 163–177.
- Karuniatama, I. H., Barata, D. D., & Suyoto, Y. T. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Ritel Di Indonesia. *Widyakala: Journal of Pembangunan Jaya University*, 7(1), 28–36. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v7i1.277>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Pearson Education Limited* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Labiba, A. I., & Moko, W. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumenan Perilaku Konsumen*, 1(2), 179–185. <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk>.
- Lestari, Y., & Djuwita, A. (2019). LOYALITAS PENGGUNA SHOPEE (Studi pada pengguna Shopee di Indonesia). *E-Proceeding of Management*, 6(2), 5055–5068.
- Mahendra, A. D., & Kusuma W, N. I. (2022). Loyalitas Pelanggan Di Hi Coffee

- Surabaya yang Dipengaruhi Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hummanioramania*, 6(2), 331–337. <https://doi.org/10.31604/jim.v6i2.2022.331-337>
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Maulida, R. F., & Sari, N. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Corporate Governance Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(1), 29–42. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.510>
- Maulidya, A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Marketing Mix Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Semusim Cafe Kota Malang). *JIAGABI: Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 10(2), 205–212. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/12941>
- Mihron, & Nuvriasari, A. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 6(3), 631–646. [https://doi.org/10.30738/ed\\_en.v6i3.3841](https://doi.org/10.30738/ed_en.v6i3.3841)
- Mustaqim, A. H., Adinata, Y. F., Suryani, A., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Store Athmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Notiz Hut. *Journal For Management Student (JFMS)*, 2(3), 12–20.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Jati Lestari, W., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril (ed.)). PT. Nasya Expanding Management.
- Nugroho, A. S., & Yulianto, A. E. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Teras Melody. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(1), 1–20.
- Nurdiyanta, M. F. D., & Purwanto, S. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Belanja Online Bukalapak (Studi Kasus Pada Pelanggan Usia 17-24 Tahun di Kota Tuban). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(4), 943–950. <https://doi.org/10.58258/jisip.v5i4.2380>
- Pahlevi, E., & Basuki, A. (2022). Pengaruh Brand Extension, Potongan Harga, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01(1), 132–138. <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk>

- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Dengan Harga dan Kualitas Produk: Literature Review. *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 424–436. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v13i2.1050>
- Prasyanti, P. A., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 16–23. <https://doi.org/10.56393/equilibrium.v1i1.52>
- Purnama, N. I., Harahap, S. H., & Siregar, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Ompu Gende Coffee. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 18–24. <https://doi.org/10.59086/jam.v1i1.4>
- Putra, D. B. A., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Experiential Marketing dan Price Fairness Terhadap Loyalitas Customer Patio Coffee Hub Kota Surabaya. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(3), 3112–3119. <https://dx.doi.org/10.37159/jpa.v25i3.3385>
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Putri, R. A., & Syahputra. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Shinju Ramen Cabang Bojongsong Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Proceeding of Management Management*, 6(2), 4519–4524.
- Rorong, C. J., Tawas, H. N., & Rogi, M. H. (2023). Pengaruh Atmosfer Café Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Café I Care Langowan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(2), 255–264. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.47966>
- Rosyid, I., & Widiartanto. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Berkunjung (Studi Pada Wisatawan Objek Wisata Grand Maerakaca Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1135–1143. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31197>
- Saodin. (2021). Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 105–122.
- Sartika, S. N., Anita, E., Mubyarto, N., & Munsarida. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Online Shop. *Jurnal Makesya: Manajemen Keuangan Syariah*, 2(1), 51–61. <https://doi.org/10.30631/makesya.v2i1.1215>
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas

- Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Schmitt, B., & Zarantonello, L. (2013). Consumer Experience and Experiential Marketing: A Critical Review. In *Review of Marketing Research* (Vol. 10). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1548-6435\(2013\)0000010006](https://doi.org/10.1108/S1548-6435(2013)0000010006)
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.)). Penerbit Alfabeta.
- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.328>
- Trianovita, H. A., Haziroh, A. L., Aqmala, D., & Mujib, M. (2024). Pengaruh Experiential Marketing (EM) dan Brand Image (BI) Terhadap Brand Loyalty (BL) Starbucks di Semarang (Studi Kasus Mahasiswa di Semarang). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 7804–7816. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.7464>
- Utami, C. D., & Wahyuni, A. (2022). Implementasi Experiential Marketing dan Instagram untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Sejahtera Hati Warung Kopi Madiun. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 23–42. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.682>
- Wardana, R. Y., & Puspaningrum, A. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01(2), 186–194. <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/43>
- Wiranata, A., & Suryadi, N. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01(2), 195–200. <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/45>
- Yaya H.R, R. D. A., & Sutapa, H. (2022). Pengaruh Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe SAP Kediri. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 126–138.
- Yuningsih, E. L., Siboro, P., & Yokanan, R. T. (2023). Pengaruh Promotion, Store Atmosphere, dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dimediasi oleh Purchase Decision. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 152–162.