

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (n.d.). *Pengaruh Atmosfer Café, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupu Café di Kota Lhokseumawe)*.
- Agus Indra Purnama, P., & Rasmen Adi, N. (2019). Green Marketing dan Quality Brand Sebagai Prediktor Perilaku Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 185. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i1.2027>
- Ahmad, D. G. (2011). *Analisis Hubungan Customer Experience Terhadap Loyalitas Konsumen Pada cafe Gossip*. 1-17.
- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Ecodemica*, 1(2), 252–261.
- Alodya Ann Gita Alfa, Dewi Rachmatin, F. A. (2017). ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEPUTUSAN KONSUMEN DENGAN STRUCTURAL EQUATION MODELING PARTIAL LEAST SQUARE. *Eureka Matika*, 5.
- Alsabiyah, T., K. Hidayat, and D. F. (2019). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Andrew E. Sikula. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Erlangga.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 143–148.
- Blanchard, K. dan Hersey, P. (2013). *Manajemen Perilaku Organisasi* (Agus Dharma (ed.)). Erlangga.
- Chen, S. C., & Lin, C. P. (2015). The impact of customer experience and perceived value on sustainable social relationship in blogs: An empirical study. *Technological Forecasting and Social Change*, 96, 40–50. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.11.011>
- Chiara Gentile, Nicola Spiller, & Giuliano Noci. (2007). How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Custome. *European Management Journal*, 25(5), 395–410.
- Cindi Wulandari, Elmayati, Y. C. (2020). Kota Lubuklinggau Menggunakan Framework Pieces. *Jurnal Teknologi Informasi*, 12(02), 118–130.
- Daryanto, F. (2011). *“Penelitian Tindakan Kelas dan Penelitian Tindakan Sekolah.”*
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press, 2019.

- Ekonomi, F., Itb, B., Dahlan, A., Ambardi, J., Fakultas, A., Dan, E., & Dahlan Jakarta, A. (2023). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Produk Kopi Gayo Aceh Di Coffee Shop Tuku Cipete Vivi Navila. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(4), 292–302. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i4.1294>
- Fandy Tjiptono. (2023). *Riset Pemasaran* (Anastasia Diana (ed.)). Penerbit Andi IKAPI Yogyakarta.
- Furadantin, N. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018. *Academia (Accelerating the World's Research)*, 2. https://scholar.google.com/scholar?q=related:2uQwPffimx4J:scholar.google.com/&scioq=analisis+data+menggunakan+smartPLS&hl=id&as_sdt=0,5
- Gilbert, D. (2003). *Retail Marketing Management*. 123 Library.
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult., Christian M. Ringle., and M. S. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). *2e Edition USA: Sage*.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 91. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>
- Helmi, S. (2021). *Analisis data* (Issue July).
- Hendrawan, A. A., & Sudyasjayanti, C. (2024). Analisa Faktor Willingness To Pay Produk Makanan Organik Di Denpasar. *Parsimonia - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 36–52. <https://doi.org/10.33479/parsimonia.v11i1.925>
- Hendrayati, H., & Nurwulandari, A. (2022). “Pengaruh Gaya Hidup, Lokasi Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pada Kedai Latar Kopi Jagakarsa Jakarta Selatan.” *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 7 No. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.10158>
- Hengky Ghozali dan Latan. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. (Ke 2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Icek Ajzen. (1985). *The Theory of Planned Behavior*. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Irawan, H. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT Elex Media Komputindo.
- Jacklin, M. P. R., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 431–440.
- Jumawar, E., & Nurmartian, E. (2022). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN

- CUSTOMER VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY INDIHOME (Pada Pelanggan Indihome Area Gegerkalong). *Journal Competency of Business*, 5(02), 102–111. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i02.1094>
- Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia* (P. Utomo (ed.)). Gramedia Pustaka Utama. https://books.google.co.id/books?id=3UJ4c_dskHEC&lpg=PR19&ots=DGssJCVTVn&dq=kasali gaya hidup&lr&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q&f=false
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2002). *About the Authors*.
- Lemke, F., Wilson, P. H., & Clark, P. M. (2006). What Makes a Great Customer Experience? *The Henley Centre of Customer Management*, 2011.
- Listiono, F. I. S., & Sugiarto, S. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Libreria Eatery Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*, 1(1), 1–9.
- Listyorini, S. (2012). ANALISIS FAKTOR- FAKTOR GAYA HIDUP DAN PENGARUHNYA TERHADAP PEMBELIAN RUMAH SEHAT SEDERHANA (Studi pada Pelanggan Perumahan Puri Dinar Mas PT. Ajisaka di Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis Undip*, 1(1), 12–24.
- Ma'aruf, H. (2006). *Pemasaran Ritel*. PT Gramedia Pustaka Utama. [https://books.google.co.id/books?id=TaYnlt2tufwC&lpg=PP11&ots=Di3NNTcnV7&dq=Ma'aruf%2C H. \(2006\). Pemasaran Ritel. Gramedia Pustaka Utama.&lr&hl=id&pg=PP6#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=TaYnlt2tufwC&lpg=PP11&ots=Di3NNTcnV7&dq=Ma'aruf%2C H. (2006). Pemasaran Ritel. Gramedia Pustaka Utama.&lr&hl=id&pg=PP6#v=onepage&q&f=false)
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*.
- Meilita, R. N., Nasution, Y. N., & Hayati, M. N. (2016). Structural Equation Modelling dengan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus: Pengaruh Locus of Control, Self Efficacy, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Kaltim Post Samarinda). *Prosiding Seminar Sains Dan Teknologi FMIPA Unmul*, 1(1), 41–45.
- Muchsin. (2017). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen Blackberry di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(1), 85–89.
- Nasermoadeli, A., Ling, K. C., & Severi, E. (2012). Exploring the relationship between social environment and customer experience. *Asian Social Science*, 9(1), 130–141. <https://doi.org/10.5539/ass.v9n1p130>
- Ningrum, D. P. (2021). Bauran Pemasaran pada Bisnis Chockles Es Cokelat Di Kota Yogyakarta. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.24076/pikma.2020v3i1.346>
- Nugroho Dwi Mulyono. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel. *Jurnal Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering*, 7.
- Nurdin et al. (2019). Metodologi Penelitian Sosial & Pendidikan. In *Media Sahabat*

Cendekia (Issue April).

- Plummer, J. T. (1974). *The Concept and Application of Life Style Segmentation: The Combination of two Useful Concepts Provides a Unique and Important View of the Market. Journal of Marketing*. 38. <https://doi.org/10.1177/002224297403800106>
- Pramita, G., & Sari, N. (2020). Studi Waktu Pelayanan Kapal Di Dermaga I Pelabuhan Bakauheni. *JICE (Journal of Infrastructural in Civil Engineering)*, 1(01), 14. <https://doi.org/10.33365/jice.v1i01.702>
- Pranoto, R. G., & Subagio, H. (2015). Analisa Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction pada Konsumen di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/3370/3047>
- Prof.DR. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Putri, L. H. (2014). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). 15(2).
- Putri, L. H., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 15(2)*, 1–9.
- Rambat Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Salim, K. F., Catherine, & Andreani, F. (2015). Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen di TX Travel Klampis. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(1), 322–340. www.txtravel.com
- Sarwono, J., Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*.
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15, 53–67.
- Septiningrum, L. D. (2021). Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Food and Beverage Di Era Pandemi Covid 19. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 8(1), 32–49. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i1.32638>
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sholihah, I. A. (2020). PENGARUH SUASANA CAFE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MERDEKA CAFE NGANJUK. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8.

- Sitepu, J. H., Khair, H., & Pasaribu, F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 200–214. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.622>
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2018). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(1), 31–38. <https://doi.org/10.30741/wiga.v7i1.336>
- Stening, S., & Lockshin, L. (2001). A Comparison of Online and In-Store Customers in the Wine Retail Sector. *Australian and New Zealand Wine Industry Journal*, 16(6), 139–144.
- Sugiyono, D. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Sunarto, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kerajinan Kulit Kartika Magetan. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 3(2), 191–205. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v3i2.668>
- Ulus Agnes Algrina. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada Pt. Astra Internasional Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1134–1144.
- Valentine, K. (2014). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DAKKEN COFFEE & STEAK BANDUNG Karen Valentine Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Telkom. *Jurnal Manajemen*, 1(3), 782–792.
- Wijayati, Silvana Kardinar, Widya Hana Fahleti, and J. A. (2019). Pengaruh gaya hidup, Konsep diri, Kelas sosial dan Harga terhadap keputusan konsumen berkunjung ke kedai kopi (Studi Kasus Pada Kedai Kopi XYZ di Samarinda). (*Research Journal of Accounting and Business Management*), 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.31293/rjabm.v3i2.4427>
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store’S Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>
- DITA 2010. (n.d.).
- Goetsch dan davis 1994. (n.d.).
- Hayati, I., & Fitria2, S. (2018). Pengaruh Burnout Terhadap Kinerja Karyawan Pada BMT El-Munawar Medan. *Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(1), 50–65. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i1.1924>
- Herawati, H., & Mulyani, D. (2016). PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU DAN PROSES PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA UD.TAHU ROSYDI PUSPAN MARON PROBOLINGGO. *Jurnal UNEJ E-Proceeding*, 2(4).

- Kusumasasti, I., & Djumilah Hadiwidjojo, A. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN COFFEE SHOP*.
- Manik, S. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Pegawai Kantor Camat Pendalian IV Koto Kabupaten Rokan Hulu. *International Journal of Social Science and Business*, 1(4), 257–264.
- Adnan. (n.d.). *Pengaruh Atmosfer Café, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupu Café di Kota Lhokseumawe)*.
- Agus Indra Purnama, P., & Rasmen Adi, N. (2019). Green Marketing dan Quality Brand Sebagai Prediktor Perilaku Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 185. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i1.2027>
- Ahmad, D. G. (2011). *Analisis Hubungan Customer Experience Terhadap Loyalitas Konsumen Pada cafe Gossip*. 1-17.
- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Ecodemica*, 1(2), 252–261.
- Alodya Ann Gita Alfa, Dewi Rachmatin, F. A. (2017). ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEPUTUSAN KONSUMEN DENGAN STRUCTURAL EQUATION MODELING PARTIAL LEAST SQUARE. *Eureka Matika*, 5.
- Alsabiyah, T., K. Hidayat, and D. F. (2019). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Andrew E. Sikula. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Erlangga.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 143–148.
- Blanchard, K. dan Hersey, P. (2013). *Manajemen Perilaku Organisasi* (Agus Dharma (ed.)). Erlangga.
- Chen, S. C., & Lin, C. P. (2015). The impact of customer experience and perceived value on sustainable social relationship in blogs: An empirical study. *Technological Forecasting and Social Change*, 96, 40–50. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.11.011>
- Chiara Gentile, Nicola Spiller, & Giuliano Noci. (2007). How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Customer. *European Management Journal*, 25(5), 395–410.
- Cindi Wulandari, Elmayati, Y. C. (2020). Kota Lubuklinggau Menggunakan Framework Pieces. *Jurnal Teknologi Informasi*, 12(02), 118–130.
- Daryanto, F. (2011). *“Penelitian Tindakan Kelas dan Penelitian Tindakan Sekolah.”*

- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press, 2019.
- Ekonomi, F., Itb, B., Dahlan, A., Ambardi, J., Fakultas, A., Dan, E., & Dahlan Jakarta, A. (2023). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Produk Kopi Gayo Aceh Di Coffee Shop Tuku Cipete Vivi Navila. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(4), 292–302. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i4.1294>
- Fandy Tjiptono. (2023). *Riset Pemasaran* (Anastasia Diana (ed.)). Penerbit Andi IKAPI Yogyakarta.
- Furadantin, N. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018. *Academia (Accelerating the World's Research)*, 2. https://scholar.google.com/scholar?q=related:2uQwPffimx4J:scholar.google.com/&scioq=analisis+data+menggunakan+smartPLS&hl=id&as_sdt=0,5
- Gilbert, D. (2003). *Retail Marketing Management*. 123 Library.
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult., Christian M. Ringle., and M. S. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). *2e Edition USA: Sage*.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 91. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>
- Helmi, S. (2021). *Analisis data* (Issue July).
- Hendrawan, A. A., & Sudyasjayanti, C. (2024). Analisa Faktor Willingness To Pay Produk Makanan Organik Di Denpasar. *Parsimonia - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 36–52. <https://doi.org/10.33479/parsimonia.v11i1.925>
- Hendrayati, H., & Nurwulandari, A. (2022). “Pengaruh Gaya Hidup, Lokasi Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pada Kedai Latar Kopi Jagakarsa Jakarta Selatan.” *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 7 No. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.10158>
- Hengky Ghozali dan Latan. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. (Ke 2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Icek Ajzen. (1985). *The Theory of Planned Behavior*. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Irawan, H. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT Elex Media Komputindo.
- Jacklin, M. P. R., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi*,

Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(1), 431–440.

- Jumawar, E., & Nurmartian, E. (2022). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN CUSTOMER VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY INDIHOME (Pada Pelanggan Indihome Area Gegerkalong). *Journal Competency of Business*, 5(02), 102–111. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i02.1094>
- Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia* (P. Utomo (ed.)). Gramedia Pustaka Utama. https://books.google.co.id/books?id=3UJ4c_dskHEC&lpg=PR19&ots=DGssJCVTVn&dq=kasali gaya hidup&lr&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q&f=false
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2002). *About the Authors*.
- Lemke, F., Wilson, P. H., & Clark, P. M. (2006). What Makes a Great Customer Experience? *The Henley Centre of Customer Management*, 2011.
- Listiono, F. I. S., & Sugiarto, S. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Libreria Eatery Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*, 1(1), 1–9.
- Listyorini, S. (2012). ANALISIS FAKTOR- FAKTOR GAYA HIDUP DAN PENGARUHNYA TERHADAP PEMBELIAN RUMAH SEHAT SEDERHANA (Studi pada Pelanggan Perumahan Puri Dinar Mas PT. Ajisaka di Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis Undip*, 1(1), 12–24.
- Ma'aruf, H. (2006). *Pemasaran Ritel*. PT Gramedia Pustaka Utama. [https://books.google.co.id/books?id=TaYnlt2tufwC&lpg=PP11&ots=Di3NNTcnV7&dq=Ma'aruf%2C H. \(2006\). Pemasaran Ritel. Gramedia Pustaka Utama.&lr&hl=id&pg=PP6#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=TaYnlt2tufwC&lpg=PP11&ots=Di3NNTcnV7&dq=Ma'aruf%2C H. (2006). Pemasaran Ritel. Gramedia Pustaka Utama.&lr&hl=id&pg=PP6#v=onepage&q&f=false)
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*.
- Meilita, R. N., Nasution, Y. N., & Hayati, M. N. (2016). Structural Equation Modelling dengan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus: Pengaruh Locus of Control, Self Efficacy, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Kaltim Post Samarinda). *Prosiding Seminar Sains Dan Teknologi FMIPA Unmul*, 1(1), 41–45.
- Muchsin. (2017). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen Blackberry di Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(1), 85–89.
- Nasermoadeli, A., Ling, K. C., & Severi, E. (2012). Exploring the relationship between social environment and customer experience. *Asian Social Science*, 9(1), 130–141. <https://doi.org/10.5539/ass.v9n1p130>
- Ningrum, D. P. (2021). Bauran Pemasaran pada Bisnis Chockles Es Cokelat Di Kota Yogyakarta. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.24076/pikma.2020v3i1.346>
- Nugroho Dwi Mulyono. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel. *Jurnal Operations Excellence*:

- Nurdin et al. (2019). Metodologi Penelitian Sosial & Pendidikan. In *Media Sahabat Cendekia* (Issue April).
- Plummer, J. T. (1974). *The Concept and Application of Life Style Segmentation: The Combination of two Useful Concepts Provides a Unique and Important View of the Market*. *Journal of Marketing*. 38. <https://doi.org/10.1177/002224297403800106>
- Pramita, G., & Sari, N. (2020). Studi Waktu Pelayanan Kapal Di Dermaga I Pelabuhan Bakauheni. *JICE (Journal of Infrastructural in Civil Engineering)*, 1(01), 14. <https://doi.org/10.33365/jice.v1i01.702>
- Pranoto, R. G., & Subagio, H. (2015). Analisa Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction pada Konsumen di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/3370/3047>
- Prof.DR. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Putri, L. H. (2014). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang)*. 15(2).
- Putri, L. H., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 15(2)*, 1–9.
- Rambat Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Salim, K. F., Catherine, & Andreani, F. (2015). Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen di TX Travel Klampis. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(1), 322–340. www.txtravel.com
- Sarwono, J., Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*.
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15, 53–67.
- Septiningrum, L. D. (2021). Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Food and Beverage Di Era Pandemi Covid 19. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 8(1), 32–49. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i1.32638>
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sholihah, I. A. (2020). *PENGARUH SUASANA CAFE DAN KUALITAS LAYANAN*

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MERDEKA CAFE NGANJUK.
Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 8.

- Sitepu, J. H., Khair, H., & Pasaribu, F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 200–214. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.622>
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2018). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(1), 31–38. <https://doi.org/10.30741/wiga.v7i1.336>
- Stening, S., & Lockshin, L. (2001). A Comparison of Online and In-Store Customers in the Wine Retail Sector. *Australian and New Zealand Wine Industry Journal*, 16(6), 139–144.
- Sugiyono, D. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Sunarto, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kerajinan Kulit Kartika Magetan. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 3(2), 191–205. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v3i2.668>
- Ulus Agnes Algrina. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada Pt. Astra Internasional Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1134–1144.
- Valentine, K. (2014). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DAKKEN COFFEE & STEAK BANDUNG Karen Valentine Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Telkom. *Jurnal Manajemen*, 1(3), 782–792.
- Wijayati, Silvana Kardinar, Widya Hana Fahleti, and J. A. (2019). Pengaruh gaya hidup, Konsep diri, Kelas sosial dan Harga terhadap keputusan konsumen berkunjung ke kedai kopi (Studi Kasus Pada Kedai Kopi XYZ di Samarinda). (*Research Journal of Accounting and Business Management*), 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.31293/rjabm.v3i2.4427>
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store’S Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>
- Umar, H. (2001). *Riset SDM Dalam Organisasi Husein Umar*. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=MRTUS9tkWj4C>
- Yusup, F. (2018). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.