

DAFTAR PUSTAKA

- Anggun Pangastuti, Edi Santoso, & Sri Hartono. (2022). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING, SERVICE QUALITY DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Sor Sawo Ponorogo). *Jurnal Manajemen*, 7(1), 21–32.
<https://doi.org/10.54964/manajemen.v7i1.236>
- Apriliani, U., & Yudiantoro, D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Madu AG Di Tulungagung. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 65–82.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2018). *Marketing: An Introduction* (13th Edition). Pearson.
- Budiono, A., & Siregar, O. M. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Minum Kopi Medan Johor. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 376–386.
- Choiriah, E. N., & Liana, L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Sepeda Motor Honda di Kota Semarang). *Madic, September*, 236–244.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>

- Dewi, P. V. A., Agung, P., & Prayoga, M. S. (2021). Pngaruh Store Atmosphere, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Langkah Coffee). *Jurnal Manajemen*, 6, 1–15.
- Dhisasmito, P. P., & Kumar, S. (2020). Understanding customer loyalty in the coffee shop industry (A survey in Jakarta, Indonesia). *British Food Journal*, 122(7), 2253–2271. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2019-0763>
- Eka Afriana, A., & Sulistyawati, L. (2023). The effect of store atmosphere on customer loyalty at ludic cafe (study on consumers of ludic cafe Kendangsari, Surabaya) pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan pada Ludic Cafe. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1614–1627. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>
- Ghozali, Latan, (2015) Partial Last Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Hastuti, P., & dkk. (2021). Kewirausahaan Dan Umkm. In *Yayasan Kita Menulis*.
- Hedy Syahidah Budiarti, R. (2023). Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 405–416.

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i2.3763>

Indayani, L. (2018). Pengantar Manajemen. In *Pengantar Manajemen*.

<https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-18-8>

Juliandi, A. (2018). Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS)

Menggunakan SmartPLs. *Jangan Belajar*, 1(was), 1–4.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition).

Pearson Education.

Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan

Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan

Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*,

3(1), 8–16. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1804>

Lestari, D., & Bernika, C. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Citra Merek

Terhadap Kepuasan Konsumen Essentieel Coffee Shop Di Bandung.

Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan, 2(5), 449–468.

<https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.235>

Manap, A. (2021). Manajemen Kewirausahaan Era Digital. In *Mitra Wacana*

Media. <http://repo.jayabaya.ac.id/>

Memon, M. A., Ramayah, T., Cheah, J. H., Ting, H., Chuah, F., & Cham, T. H.

(2021). Pls-Sem Statistical Programs: a Review. *Journal of Applied*

Structural Equation Modeling, 5(1), i–xiv.

[https://doi.org/10.47263/JASEM.5\(1\)06](https://doi.org/10.47263/JASEM.5(1)06)

Mila Karmila, & Barin Barlian. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan,

Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan

Distributor Consumer Goods Di Tasikmalaya). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*,

2(8), 3311–3332.

<https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i8.5524>

Nopitasari, N., Sentosa, E., & Nursina, N. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Kosmetik Make Over di Kelurahan Pulogadung). *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 76–86.

<https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3337>

Nursukma, B. P., & Mahargiono, P. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Coffe Shop Koupikiran di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(12), 1–15.

Pertiwi, D. K., Rahadhini, M. D., Rahadhini, M. D., Susanti, R., & Susanti, R. (2020). ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KEDEKATAN EMOSIONAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei pada Pelanggan O’Pallet Cafe Boyolali). *JURNAL EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 20(1), 1–14. <https://doi.org/10.33061/jeku.v20i1.4362>

Praditya, D. A. P., & Kaihatu, T. S. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Store Location Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Kawan Seduh Coffe Surabaya. *Performa*, 8(6), 599–611. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i6.4443>

Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.

Ramadhani, M., & Nurhadi. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 200–214.

<https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/2235>

Rijali, N. F., & Rahmawati, E. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Owners Store Tanjung Tabalong. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 43.

<https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13123>

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2002). *Management* (7th ed.). Prentice Hall.

Solikatun. (2019). *Art ikel*. 4(April), 60–74.

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

Suwandi, W., Arip, Y., Ayutika, R., & Setiawan, F. (2021). Pengantar Manajemen. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Tamir, A. A., Rizal, M., & Auliana, L. (2024). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY KIBOU COFFEE KEMANG* ,. 13(September), 1806–1816.

<https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1225>

Ulfah, D. N., Rukismono, M., & Tan, E. R. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Kosmetik Wardah Di Kecamatan Kenjeran Surabaya. *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER)*, 4(1), 1–6.

- Waluya, A. I., Iqbal, M. A., & Indradewa, R. (2019). How product quality, brand image, and customer satisfaction affect the purchase decisions of Indonesian automotive customers. *International Journal of Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.100944>
- Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 510–521. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14169>
- Wulandari, M. E., Hufon, M., & Basalamh, M. R. (2020). Pengaruh atmosfer toko, citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening (studi kasus pada pelanggan distro inspirid kota Malang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.