

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, I., & Ritonga, R. M. (2023). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Jaga Cirebon. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4), 2573–2580. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i4.1383>
- Alfa, A. A. G., Rachmatin, D., & Fitriani, A. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen Dengan Structural Equation Modeling Partial Least Square. *EurekaMatika*, 5(2), 59–71.
- Amalia, K., & Nurlinda, R. (2022). The Influence of Influencer Marketing and Online Customer Reviews on Purchase Intention Through Perceived Value of Somethinc Serum Products. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2383–2398.
- Andrenata, A., Supeni, R. E., & Rahayu, J. (2022). Pengaruh Perceived Value, Brand Awareness, Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 813–824. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i4.441>
- Apriliani, V. D., Waluyo, H. D., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 180–187. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34303>
- Aqewno, C., Arwin, A., & Utama, T. (2023). Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian di Teko Healthy Resto, Medan. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Komputer Dan Sains*, 1(1), 509–521.
- Diawan, N. S., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2016). The Influrnce of Store Atmosphere on Purchase Decision and it's Impact on Customer's Satisfaction. *Administrasi Bisnis*, 30(37), 8–16.
- Ghozali, Imam; Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*.

- 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>
- Harahap, A. R., Susanti, D., & Basriani, A. (2024). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Cabang Panam Kota Pekanbaru. *Journal of Tax and Business*, 5(1), 67–72. <https://doi.org/10.55336/jpb.v5i1.175>
- Hendarto, T., Ermaini, & Fatmawati, Endang, D. (2023). the Impact of Consumer Decisions in Purchasing Foods Based on Price, Product Design, Location, and Store Atmosphere. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(2), 296–307. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2023.021.02.02>
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 191.
- Krisito, R. E., Yacob, S., & Yuniarti, Y. (2020). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Lucky Coffee Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(2), 43–48. <https://doi.org/10.22437/jdm.v8i2.16865>
- Kurnia, Y. (2024). PENGARUH IKLAN TERHADAP NIAT BELI DAN PERILAKU PEMBELIAN DENGAN WORD OF MOUTH SEBAGAI MODERATING (Studi Kasus pada Pelanggan Oli Castrol di Bengkel Bariklana Motor). 10–39. <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/10661/>
- Lestari, A. B., Lam'ah Nasution, S., & Lubis, J. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Service Quality, dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Cafe Sebagai Tempat Hangout di CKC Corner Perisai Rantauprpat. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, EKONOMI BISNIS*,

KEWIRAUSAHAAN, 10(1), 474–484.

Lestari, T., & Suharyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Lain Hati di Grand Galaxy City Bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 9(2), 10–24.

Lin, I. Y., & Mattila, A. S. (2010). Restaurant servicescape, service encounter, and perceived congruency on customers' emotions and satisfaction. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19(8), 819–841. <https://doi.org/10.1080/19368623.2010.514547>

Lubis, M. F. I., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA Cafe Pascho Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 872–882.

Lucky, R., & Pramadanti, R. (2024). Peran Ewom Dalam Memediasi Kualitas Produk Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 8(2), 380–393. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v8i2.9161>

Nugraha, J. P., Alfiah, D., & Sinulingga, Gairah, D. (2021). *Perilaku Konsumen*.

Oktafiana, E., Kurniawan, B., & Gultom, H. C. (2024). Pengaruh Cafe Atmosphere Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(6), 91–99. <https://doi.org/10.69714/w1yk9351>

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Patricia, D. A., & Widartanto. (2020). Pengaruh Country of Image dan Perceived Value terhadap Keputusan Pembelian Liptint TonyMoly Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswi FISIP UNDIP). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 590–598. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28873>

PENGARUH CUSTOMER TRUST DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI VARIABEL KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Berkunjung Di Panda Salon & Spa Ponorogo)., Repository Universitas Muhammadiyah Ponorogo (2021).

- Pratamah, A. V. H., Rezha Sulkarfin Sulianto, Muhammad Rokib, & Ismi Iftikad. (2025). Customer Experience Dan Kepuasan Pelanggan Di Ocean Garden Suhat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(7), 77–90. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i7.5713>
- Putri, R. A. (2022). Dampak kualitas produk dan brand image terhadap ketentuan pembelian di mediasi perceived value pada konsumen coffee shop di medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis [JIMEIS]*, 2(1), 1–15.
- Rini, C., Indriani, A., & Pramono, C. (2023). Pengaruh Suasana Toko Dan Harga Terhadap Minat Beli Pengunjung Meuligoe Kupa Atjeh Binjai. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(2), 182–192. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Rizan, M., Saidani, B., & Anggraeni, R. (2022). Pengaruh Perceived Value dan Promotion terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan sebagai Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 128–139. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0301.10>
- Sabillah, A. F. (2022). Pengaruh Advertising Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dialog Coffee Deli Serdang. *Skripsi, Universitas Medan Area*.
- Salarupa, J. oshalyn C. R., Tumbel, A. L., & Loindong, S. S. R. (2025). Salarupa, J. C. R., Tumbel, A. L., & Loindong, S. S. (2025). Pengaruh Viral Marketing, Emotional Branding, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fellow Coffee Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. *Loindong 521 Jurnal EMBA*, 13(1), 521–532.

- Samia, N., Fatihah, M., & Arafah, W. (2023). The Influence Of Brand Quality, Store Environment, Perceived Value, On Purchase Decision Of Donuts & Coffee Restaurant Consumers In Jakarta. *Willy Arafah INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 13642–13652.
- Samudro, A., Sumarwan, U., & Simanjuntak, Megawati, D. (2020). Assessing the effects of perceived quality and perceived value on customer satisfaction. *Management Science Letters*, 10(5), 1077–1084. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.001>
- Sari, E. N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Kong Djie CafÃ© Pekanbaru. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 1(2), 73–80. <https://doi.org/10.31004/innovative.v1i2.2151>
- Sari, M., & Kapuy, H. R. (2021). Pengaruh Interior Display Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Butterfly. *Jurnal EKOMEN*, 21(1), 2021.
- Sembiring, P. W. (2021). The Effect Of Store Atmosphere On Purchase Decisions At Chirurgie Cafe And Books Medan. *Inspirasi & Strategi (INSPIRAT): Jurnal Kebijakan Publik & Bisnis*, 12(1), 24–30. <https://doi.org/10.35335/inspirat.v12i1.55>
- Simarmata, H., mangiring parulian, Revida, E., & Kato, Iskandar, D. (2021). *Manajemen PERILAKU KONSUMEN DAN LOYALITAS*.
- Su, Y., & Teo, P.-C. (2025). A Literature Review on the Impact of SOR Theory on the Retail Industry and its Applicability in Studying Blockchain Technology's Influence on Consumer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 15(3), 1473–1481. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v15-i3/25102>
- Sugiyono. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Tajudinnur, M., Fazriansyah, Ferdian, R., Iskandar, & Ilham. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Pemasaran Digital Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Sebatik*, 26(2),

673–687. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i2.2112>

Taufik, I., Ekowati, D., & Susilawati, Rini, D. (2024). *Pengaruh Brand Image , Desain Produk , Dan Customer Experience*. 3, 62–74.

Tiara, M., & Widaningsih, S. (2020). Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Taman Kardus Bandung). *E-Proceedings of Applied Science*, 6(1), 30–36.

Ulfah, K., & Jatmiko. (2020). Pengaruh Store Atmosphere , Perceived Value Dan Promotion Terhadap Kepuasan Pelanggan Street Food Festival. *ICA Ekonomi*, 1(2), 374–382.

Wijaya, G. V. M., & Situmorang, I. R. (2025). the Impact of Service Quality and Price on Customer Loyalty in Medan City for Wendy’S Medan Products. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 11(2), 89–98. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v11i2.629>

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>

Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2024). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Aplikasi Bisnis* E-ISSN: 2407-5523 ISSN :2407-3741, 9(1), 7–12.