

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Agung, A. A. P. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Alessandro, M. J., Syahbandi, Listiana, E., Barkah, & Rosnani, T. (2024). The Influence of Cafe Atmosphere, Food Quality and Product Variety on Revisit Intention with Customer Satisfaction as a Mediation Variable in CW Coffee West Kalimantan. *Journal of Management Science*, 7(1), 257–268.
- Andani, W. D., & Fahimah, M. (2021). Minat Pembelian Ulang di Cafe Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Hustle Coffee Jombang). *MARGIN ECO: Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis*, 5(1), 38–49.
- Andrian, M. F., Indayani, L., & Yani, M. (2024). Analisis Kualitas Produk, Variasi Produk, dan Suasana Toko terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Mie Gacoan Krian Sidoarjo. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 4621–4638.
- Apriyadi, A., Muslihat, A., & Siregar, S. (2021). Pengaruh store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada cafe limasan. *FORUM EKONOMI*, 23(3), 421–430. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMMEKONOMI>
- Bidang Kajian Kebijakan dan Inovasi Administrasi Negara. (t.t.). *Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Pusat Kajian dan Pendidikan dan Pelatihan Aparatur IV Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia.
- Bizhare Contributor. (2023, Desember 11). *Melihat Potensi Industri F&B di Indonesia, Makin Kuat!* <https://www.bizhare.id/media/bisnis/potensi-industri-fnb-di-indonesia>
- Bulan, T. P. L., & Azmi, M. L. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(3), 313–325. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.2326>
- Christiarini, R., & Lee, H. G. (2021). Analysis of Service Quality, Food Quality, Atmosphere Against Revisit Intention and Positive Word of

Mouth at Casual Dining Restaurant in Batam City. *eCo-Buss*, 4(2), 230–241.

Cu, K. A., Thetalia, V., Pelawi, P., & Ginting, L. T. B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Cafe, Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil (JWEM)*, 14(1), 45–61.

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>

Fauzi, A., Nisa, B., Napitupulu, D., Abdillah, F., Utama, A. A. G. S., Zonyfar, C., Nuraini, R., Purnia, D. S., Setyawati, I., Evi, T., Permana, S. D. H., & Sumartiningsih, M. S. (2022). *Metodologi Penelitian*. CV. Pena Persada.

Fitriani, & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Breaktime Kota Bima. *JURNAL STIE SEMARANG (Edisi Elektronik)*, 12(2), 37–46. <https://doi.org/10.33747>

Gustina, L., Yasri, Y., & Engriani, Y. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Air Manis Di Kota Padang. *Jurnal Praktik Bisnis*, 8(1), 52–62. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/d3fe>

Hijuzaman, O., Akbar, M. A., & Aulia, R. P. R. (2023). The Influence of Product Variations, Facilities, Atmosphere, Service Quality and Cafe Locations on Repurchase Interests Using the Structural Equation Modeling Method. *Innovations in Social Sciences Education and Engineering (IColSSEE)*-3, 1–8.

Hussain, R., & Ali, M. (2015). Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, 7(2), 35–43.

Indriastuty, N., Hadiyatno, D., & Juwari. (2017). Store Atmosphere Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Retailer Giant Ekstra Balikpapan. *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis*, 269–283.

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022, November 11). *Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di*

Kuartal III-2022. <https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022>

Khairunnisa, T., Yulia, & Atmaya, E. J. J. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Tahu (Studi Kasus: UMKM Rumah Tahu Kabupaten Bangka Barat). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 7(2), 820–832.

Khasanah, A. T. U., Oktafiani, H., Putri, S. A., Anggraini, W., & Suhud, U. (2020). Pengaruh Customer Experience, Place Attachment, Customer Satisfaction, dan Word-of-Mouth terhadap Revisit Intention Konsumen Restoran Ayam Cepat Saji asal Amerika. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 1(2), 263–280.

Kojongian, A. S. C., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.

Kurniawan, K., & Sarudin, R. (2023). Analisis Pengaruh Harga dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang di Kedai Kuliner 27 Gading Serpong. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4), 2485–2498.

Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Deepublish.

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.

Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159.

Lukitaningsih, A., & Lestari, F. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 25(1), 89–96.

Maharani, N. D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk, dan Harga terhadap Repurchase Intention pada Economic Resto Merr Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(3), 1–16.

- Matondang, A. (2018). Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2(2). <http://www.siaksoft.net>
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen*, 13(4), 654–661.
- Mujahidin, A. F., Hartono, & Verlandes, Y. (2022). Pengaruh Menu Diversity, Cafe Atmosphere, dan Worth of Mouth terhadap Purchasing Decision di Cafe Sabin Trawas Mojokerto. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi (JISMA)*, 1(3), 141–148.
- Mustika, M. A. C., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mixue Ice Cream and Tea di Kota Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2(2), 35–46.
- Najib, M. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja dan Pendidikan Pelatihan terhadap Kinerja Pegawai Kantor Kecamatan Talang Kelapa Banyuasin. *Jurnal Manivestasi*, 1(2), 120–141. <https://doi.org/https://doi.org/10.31851/jmanivestasi.v1i2.4219>
- Nihayah, A. Z. (2019). *Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS 23.0*. UIN Walisongo Semarang.
- Pradana, W., Azis, N., & Robbie, R. I. (2022). The Influence of Product Quality, Promotion, and Store Atmosphere on Revisit Intention (Case Study on Kettlebean Sidoarjo Coffee Shop Customers). *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan)*, 2(02), 111–119. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i02.21962>
- Pratiwi, R. S., Soebandi, S., & Dharmani, I. G. A. A. N. (2020). The Influence of Service Quality, Price Perception, and Store Atmosphere On Repurchase Intention (Case Study at The Teras Atas Cafe Surabaya). *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(2). <https://doi.org/10.35877/454RI.qems1281>
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Priyanto, R. (2023). The Effect of Store Atmosphere, Country of Origin, And Lifestyle on Repurchase Intention at The Ramen Store in Bandung City. *Media Wisata*, 20(2), 332–344. <https://doi.org/10.36276/mws.v20i2.404>

- Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y Pada Old Bens Cafe. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), 133–212. <http://journal.maranatha.edu/jmm>
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. WADE Group.
- Putra, M. Y. S., Sagir, J., & Hilmiati. (2021). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Breadtalk Lombok Epicentrum Mall. *Jurnal Distribusi*, 9(1), 55–68.
- Putri, E. H. L., Sulhaini, & Mulyono, L. E. H. (2023). Pengaruh Brand Experience, Cita Rasa, dan Variasi Menu Terhadap Minat Beli Ulang di Kedai Serabi Bandung. *Jurnal Magister Manajemen Unram*, 12(3), 319–331. <https://doi.org/10.29303/jmm.v12i3.792>
- Rahman, F., Siburian, P. S., & A, N. G. (2017). Pengaruh Green Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Tupperware di Samarinda. *FORUM EKONOMI*, 19(1), 119–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jfor.v19i1.2118>
- Saraswati, K. D., Sanjaya, P. K. A., & Trarintya, M. A. P. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Store Atmosphere Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Widya Amrita*, 1(2), 431–442.
- Sari, T. M., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang di Forty Coffee Purwakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(12), 384–396.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>
- Satoto, E. B. (2024a). Analysis of Factors Affecting Repurchase Intentions with Purchasing Decisions as Mediating Variables. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 8(1), 64–71. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v8i1.16917>
- Satoto, E. B. (2024b). Analysis of Factors Affecting Repurchase Intentions with Purchasing Decisions as Mediating Variables. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 8(1), 64–71. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v8i1.16917>

Setyawan, D. A. (2021). *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Penerbit Tahta Media.

Setyawan, D. A. (2022). *Uji Validitas & Reliabilitas Instrumen Pengumpulan Data (Menggunakan Aplikasi SPSS)*. Prodi Diploma III Terapi Wicara Jurusan Terapi Wicara Poltekkes Kemenkes Surakarta.

Shahnaz, N. B. E., & Wahyono. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal*, 389–399. <http://maj.unnes.ac.id>

Sudana, I. M., & Setianto, R. H. (2018). *Metode Penelitian Bisnis dan Analisis Data dengan SPSS*. Penerbit Erlangga.

Sugiman, F., & Mandasari, R. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sanctuary Di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 546–560.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sukarda, D. D., Setyobakti, Moh. H., & Hidayat, Z. (2023). Pengaruh Experiential Marketing dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Cafe Tepi Sawah Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 5(4), 231–238.

Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Supranto, J. (2016). *Statistik Teori dan Aplikasi* (8 ed.). Erlangga.

Supriadi, G. (2021). *Statistik Penelitian Pendidikan*. UNY Press.

Suranto. (2022). *Penelitian dengan Program SPSS*. Penerbit Mutiara Aksara.

Tambun, R., Sari, P. N., & Rangkuti, A. E. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks Sun Plaza Medan. *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan 2021*, 627–634.

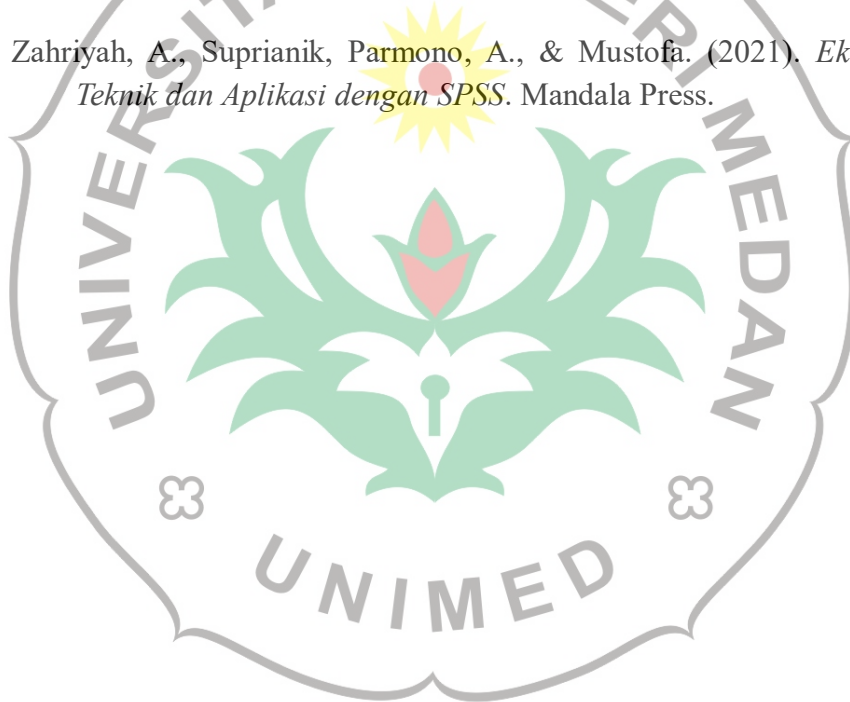
Tania, A. E., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75–84.

- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *JURNAL MANAJEMEN PELITA BANGSA*, 5(3), 1–18.
- Tunjungsari, S. V., DH, A. F., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Emosi Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli di Ria Djenaka Cafe dan Resto, Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30(1), 1–7. www.wartaekonomi.co.id
- Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel*. Penerbit Salemba Empat.
- Wahyudi, A. T., Praja, Y., & Hamdun, E. K. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe All In One di Panarukan. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(7), 1542–1556.
- Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi: Konsep, Teori dan Penerapan*. UB Press.
- Wendy. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Restoran Selera Anda di Pontianak. *Bisma*, 6(10), 2324–2333.
- Wijayasari, N., & Mahfudz. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1–9.
- Wulandari, D. P., & Ariyanti, M. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sejiwa Coffee. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 1(1), 57–71.
- Yolanda, & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Konsumen Pada Golden Cafe dan Resto. *Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang*, 3(4), 584–597. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>
- Yuliana, H., & Pratiwi, A. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Survei pada Kopi Janji Jiwa Karanganyar). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 393–404.

Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>

Yuwono, H., & Yuwana, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko King di Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(1), 331–346.

Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Mandala Press.



THE
Character Building
UNIVERSITY