

DAFTAR PUSTAKA

- Arjunita, I., Lapian, S. L. H. V. J., & Lumantow, R. Y. (2021). Pengaruh Viral Marketing, *Store Atmosphere*, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuya Manado. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 9(3), 437–446. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/34756/32603>
- Arkam, M. M. (2020). Pengaruh Lokasi dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan. *Performa*, 5(1), 17–25. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1293>
- Arseto, D. D. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, kualitas pelayanan dan keberagaman produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi kasus pelanggan kafe kopi tm 100 kabupaten batu bara). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 07(02), 89. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/12067>
- Aryani, E., Zanaria, Y., & Kurniawan, A. (2022). Analisis Perkembangan *Coffee Shop* Sebagai Salah Satu Peranan Umkm Di Kota Metro. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 3(2), 139–145. <https://doi.org/10.24127/akuntansi.v3i2.3039>
- Berman, & E. (2014). Retail Management. *Pearson*. <https://doi.org/10.5040/9781501304125.part-004>
- Binalay, A. G., Mandey, S. L., & Mintardjo, C. M. O. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Motivasi terhadap Minat Beli Secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Di Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1),

395–406.

Chrisdianto, S. (2020). Optimalisasi perawatan tangki ballast untuk mencegah terjadinya korosi dan cara pencegahannya. *Skripsi*, 7–16.

Christi, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Toko Koperasi Serba Usaha Karyawan Pemerintah Kota Semarang. *Skripsi*.

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>

Diany, A. A., Sangen, M., & Faisal, I. (2019). Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Positive Emotion Dan Perilaku Impulse Buying Di Departement Store Matahari Duta Mall, Banjarmasin. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 65. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.176>

Gunawan, C. B., & Syahputra, S. (2020). Analisis perbandingan pengaruh Store Atmosphere terhadap loyalitas pelanggan *coffee shop* di Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 51–62. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i1.2935>

Hair, J. F., M. Ringle, C., Hult, G. T. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*le. SAGE Publications.

Herlyana, E. (2012). Fenomena *Coffee Shop* Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru

Kaum Muda. *ThaqĀfiyyĀT*, 13(1).

Hidayat, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi: ArmaJaya Tour and Travel Kota Samarinda)* [Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/29832/1/16510035.pdf>

Huang, C.-L. (2016). Relationships Among Corporate Image, Service Quality, Switching Costs, Customer Satisfaction And Loyalty: An Example Of Toyota's Distributors In Taiwan. *International Journal of Information Technology and Business Management*, 51.

Huda, O. K., & Nugroho, A. T. (2020). Pengaruh Word of Mouth dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Oppo Dimediasi Kepercayaan Merek. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 141. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.436>

Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.

Karim, D., Sepang, J. L., & Soepeno, D. (2020). Pengaruh Relationship Marketing Dan Suasana Kafe Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Kopi Billy Kawasan Megamas. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 136–145.

Khoirul Imam, H., Zaid, S., Nur, N., Masri, M., & Madi, R. A. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indogrosir Kendari. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 15(1), 153–166.

Kotler, P., & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. Pearson Prentice

Hall.

Lepojević, V., & Đukić, S. (2018). Factors Affecting Customer Loyalty in the Business Market - an Empirical Study in the Republic of Serbia. *Facta Universitatis, Series: Economics and Organization*, November 2018, 245. <https://doi.org/10.22190/fueo18032451>

Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.

Mihron, & Nuvriasari, A. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(3), 310–324. <file:///C:/Users/HP/Downloads/3841-37-8309-1-10-20230906.pdf>

Olifia, S., Rajagukguk, S., & Ananda, A. (2022). Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Di Kalangan Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi 2022*, XXVII(3), 251–266.

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.

Rachman, H. F., & Wardhana, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kopi Patok Di Kota Tasikmalaya). *E-Proceedings Og Management*, 8(4), 3740–3750. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15364%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac>

id/index.php/management/article/view/15364/15087

Sari, A. P., Safina, W. D., & ... (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Draja Coffee Kualanamu Internasional Airport. *Prosiding Seminar ...*, 1258–1266.

Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>

Sudana, I. M., & Heru Setianto, R. (2018). *Metode penelitian bisnis dan analisis data dengan spss*. ERLANGGA.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.

Susilawati, W., & Nugraha, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Ritel Dan Atmosfir Gerai Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket Yomart Wanaraja 2 Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 15(02), 009–019. www.jurnal.uniga.ac.id

Takwim, R. I., Asmala, T., & Johan, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan Store Atmosphere terhadap customer loyalty. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5617–5622. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2093>

Tiofani, K., & Wikana prasetya, A. (2024). 3 Harapan Pemerintah untuk Kemajuan Kopi Indonesia, Tak Sekadar Ekspor. KOMPAS.Com. <https://www.kompas.com/food/read/2024/03/22/163100375/3-harapan->

pemerintah-untuk-kemajuan-kopi-indonesia-tak-sekadar-ekspor#:~:text=Ada
 peningkatan lebih dari setengah,an gerai pada 2023 lalu.&text=Eksistensi kopi
 Indonesia juga sudah lama dilirik negara

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4*. CV
 Andi Offset.

Utami, W. C. (2017). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional
 Bisnis Ritel Modern di Indonesia. Edisi 3 (3rd ed.)*. Salemba Empat.

Widiastuti, & Basuki, R. A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas
 Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen
 Sebagai Variabel Moderating. *Journal For Business And Entrepreneurship*,
 5(1).

[https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BDsuQOHoCi4J:ht
 tps://media.neliti.com/media/publications/9138-ID-perlindungan-hukum-
 terhadap-anak-dari-konten-berbahaya-dalam-media-cetak-dan-
 ele.pdf+&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BDsuQOHoCi4J:https://media.neliti.com/media/publications/9138-ID-perlindungan-hukum-terhadap-anak-dari-konten-berbahaya-dalam-media-cetak-dan-ele.pdf+&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id)

THE
Character Building
 UNIVERSITY