

## DAFTAR PUSTAKA

- Aina. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hafiz Resto Di Siak Sri Indrapura. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 94-101.
- Alfaini, D., & E. Ediyanto, Y. P. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Apotek Al Afiah Mangaran Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1559.
- Andreani, F. (2007). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-8.
- Andriansa, B. L. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Coco Coffee). *Social and Humanities*, 231-238.
- Azhari, P. P. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Nom Nom Eatery Bandung. *e-Proceeding of management*, 512-516.
- Budaya, I. (2022). Kualitas Pelayanan Dan Harga Jasa Transportasi Terhadap Kepuasan Penumpang Pada Pt Ayu Transport Sungai Penuh. *Al-Dzahab*, 32-49.
- Dharmayanti. (2019). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Comedy Kopi Di Surabaya. *Manajememn Pemasaran*, 1-15.
- Djimantoro, S., & Chandra, E. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi, Harga Dan Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Turis Lokal. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 155-169.
- Gersom Hendarsono, S. S. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-8.
- Haedi, A. L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Kedai Kopi Dado Kalisari.
- Haryono, G., Fitriya, S., & Salamah, S. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Simasker Pt. Bank Pembangunan Rakyat Kerinci. *Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance*, 28-40.
- Hendarsono. (2013). Konsumsi Kopi Nasional ( 2016-2021 ). 1-7.

Jaravaza, D. C., & Chitando, P. (2013). The Role of Store Location in Influencing Customers' Store Choice. *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*, 302.

Kusumawathi, N. W. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Seniman Coffee Studio. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 1.

Lestari, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Variasi Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus Warung Upnormal Cabang Gresik). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen "Gema Ekonomi"*, 85-97.

Lestari, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekobistek*, 587-592.

Liantifa, M., Haryono, G., & Budaya, I. (2021). Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran Keripik Keladi dan Rengginang UMKM Desa Bento Kecamatan Kayu Aro Barat Kabupaten Kerinci. 40-45.

Meiyanto, A. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Kafe Salwa House Sirojudin Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 332-345.

Meldarianda, R. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 97-108.

Mubasit. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Lampung: IAIN Lampung Press.

Pratama, D. E. (2020). Analisa Pengaruh Sense Experience dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli Ulang Konsumen dengan Kualitas Layanan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 317.

Ramadhan, B. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Dan Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Blue Doors Coffee Bandung. *Universitas Widyatama*, 123-154.

Rismawati, I. (2020). The Effect Of Store Atmosphere And Experiential Marketing On Customer Satisfaction Waroeng Setiabudhi Cihampelas. *Menara Ilmu*, 61-70.

Rosita, R. (2016). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Lotte Mart Bekasi Junction. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 98-103.

Sabar, N. (2021). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli*. Jakarta: Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli.

Sadikin, A. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis by Ali Sadikin, S.E., M.Si., Isra Misra, S.E., M.Si., Muhammad Sholeh Hudin (z-lib.org)*. Yogyakarta: K-Media.

Sari, D. N., & Astutiningsih, S. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha, Popularitas Merek, Variasi Produk, Kepercayaan, Gaya Hidup terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Aliyah Sraf Tulungagung melalui Budaya. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 363-384.

Sari, T. &. (2019). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang di Forty Coffee Purwakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 58-66.

Sianturi, A., Parlaungan, A., & Sumitro. (2019). Pengaruh Lokasi Usaha, Promosi, Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brastagi Supermarket Rantauprapat. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (Ebma)*, 238-249.

Subkhi, M. A. (2020). Pengaruh Experiential Marketing, Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Pemasaran Di Mystory Café Dan Bistro Tegal Skripsi. *Satuan Tekad Menuju Indonesia Sehat*.

Tantowi, A. I. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Daong Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 65-78.

Utomo, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan (Studi pada Pelanggan Antariksa Coffeeshop Semarang). *Fokus Ekonomi*, 40-60.

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*, 782-792.

Weitz, L. (2012). Pengaruh Store Atmosphere. 37.