

DAFTAR REFERENSI

- A, A. R. S. (2014). *POLA HUBUNGAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK STARBUCKS COFFEE (Studi Path Analysis pada Pengunjung Gerai Starbucks Ambarrukmo Plaza Yogyakarta)*. 52–71.
- Abdul Gofur. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Akbar, M. F., & Haryoko, U. B. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Cabang Cikokol Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(2), 280–286. <https://doi.org/10.32493/jee.v2i2.4170>
- Angelia, Y. R. (2017). *THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND STORE ATMOSPHERE*. 19(2), 106–111. <https://doi.org/10.9744/jmk.19.2.106>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Ariyanto, A. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- Ariyuni, D., & Suhardi, D. Y. M. M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Word of Mouth Starbucks. *Jurnal STEI Ekonomi*, 22(11), 1–19.
- Ayuningtyas, S., Maduwinarti, A., Mulyati, D. J., Studi, P., & Bisnis, A. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere , Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan*.
- Budiarto, D. N., & Suhermin. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Store Atmosphere Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(4), 1–15.
- Dewi, P. V. A., Agung, P., & Prayoga, M. S. (2019). pengaruh store atmosphere, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada Dreablack 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)*. 122(7), 2253–2271. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2019-0763>
- Githiri, M. (2018). An Examination of the Relationship between Perceived price Fairness on Customer Satisfaction and Loyalty in Kenyan Star-Rated Restaurants. *International Journal of Scientific Research and Management*, 6(10), 763–770. <https://doi.org/10.18535/ijsrcm/v6i10.em06>
- Hanaysha, J. (2016). Testing the effects of food quality, price fairness, and physical environment on customer satisfaction in fast food restaurant industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2), 31–40.

<https://doi.org/10.18488/journal.1006/2016.6.2/1006.2.31.40>

- Itasari, A. A., Hastuti, N. H., & Supriyadi, A. (2020). Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 0(0), 52–59.
- Jaya, A. M., Yanti, C. W. B., & Adiansyah. (2018). Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat untuk Peningkatan Akses Pemasaran dan Promosi Trend Bisnis Kopi Spesialti Bawakaraeng. *J Dinamika Pengabdian*, 4(K), 174–182.
- Khoir, I., & Tjahjaningsih, E. (2023). *Pengaruh Word of mouth dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan dan dampaknya terhadap Loyalitas (Studi pada Pelanggan Antariksa Kopi Semarang)*. 7, 240–245.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.877>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT Indeks.
- Lee, W. S., Moon, J., & Song, M. (2018). Attributes of the coffee shop business related to customer satisfaction. *Journal of Foodservice Business Research*, 21(6), 628–641. <https://doi.org/10.1080/15378020.2018.1524227>
- Muzaki, M. F., Mulyani, I. D., & Khojin, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Luang Waktu Coffee). *AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 44–57.
<https://doi.org/10.57235/aurelia.v1i1.24>
- nouval ahmad, pitricia gabriella, syarifah Z. (2021). Jurnal Ekonomi dan Bisnis , Vol . 8 No . 1 Februari 2021 E - ISSN. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 8 No. 1 Februari 2021*, 8, 78–85.
- Pamungkas, A. F., & Husnayetti, H. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan Dan Strategi Promosi. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(1), 11.
<https://doi.org/10.24853/jmmb.3.1.11-20>
- Priscilia & Edwin. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Price, dan Customer Relationship terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening di Rumah Makan Taman Handayani Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–9.
- Putri, L. H. (2014). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang)*. 15(2).
- Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan ...*, 9(5), 2.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072>
- Remiasa, M., Pudjianto, M. G., & Soewito, C. A. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Customer Satisfaction di Domocile Kithen and Lounge Surabaya. *Ekonomi Dan Bisnis*, 35, 399–410.

- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Suryati, Setyasari, U. E., Perwitasari, E. P., Pramono, S. A., Khamaludin, Somadiyono, S., Ichsan, & Tannady, H. (2022). Pengaruh Service Quality dan Store Atmosphere Terhadap Customer Satisfaction (Studi Kasus Gerai Ritel Burger Cepat Saji). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5639–5643.
- Zhou, Yang, & Wang. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title.
File:///C:/Users/VERA/Downloads/ASKEP_AGREGAT_ANAK_and_REMAJ A_PRINT.Docx, 21(1), 1–9.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. CV.Afabeta
- Srivastava, M (2015). Customer Loyalty Relationship : A Conceptual Research Model 7(1). 54- 65.
- Toffin & Marketing. M (2020). Brewing in Indonesia : Insight For Succesfull *Coffeeshop* Business
- Kadence, I . (2020). Caramella , Brand Health Tracking Powder *Coffee*- T1 2020
- Wijaya, Linda, L. A. R. (2021). Studi Brand Positioning Toko Kopi Kekinian Di Indonesia. *Ekonomi Dan Bisnis*, 8, 78–85.
<https://www.statista.com/statistics/314982/indonesia-total-Coffee-consumption/>
- Sumadi. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan *Word of Mouth* Positif Sebagai Variabel MEDIASI Sumadi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(1), 10–18.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip dsn Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: J & J Learning.
- Ihtiyar, A., Ahmad, F. S., & Osman, M. H. M. (2014). An Integrated Framework: Intercultural Competence, Service Quality and *Customer Satisfaction* in Grocery Retailing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109(Ic), 492–496. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.495>
- Paul, Peter J dan Olson, Jerry, C. (2000), terj. DamosSihombing. *Consumer Behavior. PerilakuKonsumendanStrategiPemasaran*, edisi 4, jilid 4. Jakarta: PeberbitErlangga.
- Miswanto., & Angelia, Y. R. (2017). The influence of service quality and *Store Atmosphere* on *Customer Satisfaction*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(2), 106–111.
- Purwanto dan Sukirno Zakaria Lantang, *Komunikasi Bisnis: Perspektif Konseptual dan Kultural: Cetakan I, Pustaka Pelajar*. Yogyakarta, 2014
- Berman, B., & Evans, J. R. (2014). *Retail Management*. New Jearsey: Pearson.

Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.