

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, Y. (2021). *Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Cafe Kedai Kopi Athar Bangun Purba)*. Universitas Medan Area.
- Afriana, A. E., & Sulityawati, L. (2023). The Effect of *Store Atmosphere* on Customer Loyalty At Ludic Café (Study On Consumers Of Ludic Café Kendangsari, Surabaya) Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ludic Café (Studi Pada Pelanggan Ludic Café Kendangsari, Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1614–1627. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP)*, 6(1), 2716–3393.
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Grab Bike SMA Islam Al-Azhar 4). *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Penelitian* (13th ed.). Rineka Cipta.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Budi, N. A., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan, Suasana Toko dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada pelanggan Aluna Home Spa Semarang). *JESYA: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2288–2298. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2>
- Busra, W., & Dahmiri. (2022). Pengaruh Brand Equity dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Retail PT Campina Ice Cream Industry TBK - Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 11(02), 464–476. [www.idntimes.com/food/dining-guide](http://www.idntimes.com/food/dining-guide)
- Cahyono, N. E., & Fahmi, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membentuk Loyalitas Konsumen (Pengguna Platform Aplikasi Marketplace di Kota Malang). *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 503–516.
- Candra, E., & Sunaryanto, K. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Business and Investment Review (BIREV)*, 1(5), 109–117.
- Damanik, A. (2008). *Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Coffee Shop De KoffeePot Bogor*. Institut Pertanian Bogor.

- Darmadi, & Ningsih, L. S. R. (2023). Pengaruh Experiential Marketing dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Bebek Cak Anton Jombang. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 5(2), 188–196. <https://doi.org/10.33752/bima.v5i2.560>
- Dilla, N. fara. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di The Langham Hotel Jakarta. *E-QIEN: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 876–882.
- Dotulong, R., Mandey, S. L., & Dotulong, L. O. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop di Manado. *Jurnal EMBA*, 11(4), 538–548.
- Elkhani, N., & Bakri, A. B. (2012). Review On Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) Model In B2C E-Commerce. *Journal of Research and Innovation in Information Systems* 2, 2(12), 95–102.
- Fahruzzaman, A. W. (2024). *Pengaruh Experience Marketing, Kepercayaan, dan Suasana Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Cafe Slou CS*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Farikha, F., Rachman, E., & Antu, Y. (2023). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Di Foodpedia Gorontalo. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(1), 28–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.13.1.27-32>
- Fauzi, U., Nurhidayah, & Novianto, A. S. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan *Product Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Eastu Coffeebar Wajak). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(1). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20291>
- Ferdinand. (2014). Metode Penelitian Manajemen. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. <http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=218217&pRegionCode=UN11MAR&pClientId=112>
- Ghozali, I. (2018). *Processing Data penelitian Menggunakan SPSS* (Vol. 1).
- Ginting, Y. M., Chandra, T., Miran, I., & Yusriadi, Y. (2023). Repurchase Intention of E-Commerce Customers in Indonesia: An Overview of The Effect of E-Service *Quality*, E-Word of Mouth, Customer Trust, and Customer Satisfaction Mediation. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 329–340. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.10.001>
- Gozali, I., Riyadi, B., & Ratnawati, H. (2023). Pengaruh *Experiential Marketing* dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada pelanggan Starbucks Coffee Paragon Mall Semarang). *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 4(1), 372–398. <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jbfe>

- Haryadi, W., Sudiyarti, N., Kurniawan, E., Ismawati, & Rachman, R. (2020). Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pedagang Ikan di Pasar Kerato). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(3), 204–214.
- Hendayana, Y., & Solichati, U. (2021). Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Marketplace Shopee di Kota Bekasi. *Manajerial*, 20(2), 233–241. <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Iman, N. (2021). *Pengaruh Experience Marketing, Kepercayaan Konsumen, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keinginan Beli Ulang Konsumen Pada Marketplace Shopee*. Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Jadari, A., & Ernawati, S. (2023a). *Pengaruh Experiential Marketing dan Physical Evidence Terhadap Loyalitas Konsumen Kafe Tea Break Kota Bima*. 1(2), 53–60. <https://doi.org/10.35870/ljit.v1i2.1363>
- Jadari, A., & Ernawati, S. (2023b). Pengaruh *Experiential Marketing* dan Physical Evidence terhadap Loyalitas Konsumen Kafe Tea Break Kota Bima. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 1(2), 53–60. <https://doi.org/10.35870/ljit.v1i2.1363>
- Karuniatama, I. H., Barata, D. D., & Suyoto, Y. T. (2020). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Ritel Di Indonesia. *WIDYAKALA: Journal of Pembangunan Jaya University*, 7(1). <https://doi.org/10.36262/widyakala.v7i1.277>
- Khotijah, S., Pradiani, T., & Fathorrahman. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan Kosmetik LT Pro di Hong Kong). *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen (JIRAM)*, 1(1), 129–140.
- Koni'ah, D., Leksono, A. B., & Murdiyanto, E. (2023). Pengaruh Customer Relationship Marketing (CRM) Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Di Dealer Ahass Aries Putra Bandung Kabupaten Tulungagung. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(2), 42–58. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i2.139>
- Lotaknio, R. A. N., & Mahargiono, P. B. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Identification dan *Experiential Marketing* Terhadap Customer Loyalty di Kedai Kopi Jokopi Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11.
- Lukitaningsih, A., Ningrum, N. K., & Muttaqin, F. A. (2023). Pengaruh Brand Image, *Store Atmosphere*, *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Yogyakarta). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 372–378. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.794>
- Maulidio, R., & Dwiastanti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Amstirdam Coffe di Malang. *Inspirasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(1), 600–610.
- Munandar, A., & Erdkhadifa, R. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, *Store Atmosphere*, Fasilitas, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PADA

- Warkop Kidol Lepen Tulungagung. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 2(1), 50–74. <http://ejournal.uinsatu.ac.id/index.php/reinforce>
- Musfiroh, M., & Sudiby, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan McDonald's TB. SImatupang 2019. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 2(2), 1–19.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/205811/metode-penelitian>
- Ningrum, S. S., Mardhiyah, A., & Simanjorang, F. (2022). Pengaruh Penerapan *Experiential Marketing* Strategy dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Junction Cafe Medan). *Journal of Business Administration (JBA): Entrepreneur and Creative Industry*, 1(2), 13–26.
- Nugraha, F. S. E., & Astarini, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1911–1924. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16124>
- Pranata, S., Fatimah, F., & Rahayu, J. (2021). Analisis *Service Quality*, Kelengkapan Fasilitas Dan Experience Terhadap Customer Loyalty Destinasi Wisata Puncak Rembangan Jember (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Jember). *Jurnal Penelitian Ipteks*, 6(2), 128–137.
- Prastiwi, E. S., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2244. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1556>
- Prasyanti, P. A., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 1, 16.
- Purnama, N. I., Harahap, S. H., & Siregar, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Ompu Gende Coffee. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 18–24.
- Purwianti, L., Agustin, I. N., Melodya, D., Erlin, Erni, Maggie, & Meliana. (2023). Analisa Pengaruh *Service Quality*, Price, Satisfaction, Trust, dan *Product Quality* terhadap Customer Loyalty Pada UMKM Morning Bakery Di Kota Batam. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(3), 148–158. <https://doi.org/10.55338/saintek.v5i1.1029>
- Putra, N. K. H. P., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Relationship Marketing dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4, 4. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3327>
- Putra, R. K. (2024). Tinjauan Pengaruh *Store Atmosphere*, Experiential Marketing dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel

- Intervening (Studi Kasus pada Teman Semeja Coffee & Space Pekalongan). *Jurnal Bisnis Kreatif Dan Inovatif*, 1(4), 01–08. <https://doi.org/10.61132/jubikin.v1i4.350>
- Putri, Q. M., & Rachmawati, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 290–296. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.1632>
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja). *Journal Management*, 20(1), 2655–8262.
- Rahman, N. H. A., & Fitri, M. (2022). Pengaruh *Experiential Marketing* Dan Kepuasan Pelangga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bri Unit Wuring *Experiential Marketing Influence On Customer Loyalty Customer Satisfaction At Bri Unit Wuring*. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9, 75–90.
- Ronaa, A., & Farida, S. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi pada Konsumen Sepatu Converse di Pakuwon Trade Center. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(1), 183. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i1.1368>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian (M. S. Dr. IrTry Koryanti)* (1st ed.). KBM Indonesia.
- Sandi, K., Hasibuan, R. R., & Ulya, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Riset di Business Center Purbalingga3. *DFAME : Digital Financial Accounting Managemeng Economics Journal*, 10(10), 6–12. <https://doi.org/XX.XXXX/dfame.xxxx.xx>
- Sentosa, N. M., & Maulana, M. K. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk. Cabang Pondok Gede. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 24(1).
- Sinulingga. (2020). *Metode Penelitian* (1st ed.).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (26th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyat, Y., Ghaybiyyah, F., Andary, R. W., Firmialy, S. D., Saloom, G., Mawardi, Putri, D., Indriani, A., Purnamasari, E. D., Siregar, Z. H., Mulyono, T. T., Sukawana, I. W., Putra, I. S., Ribek, N., & Suardana, I. K. (2023). *Metodologi Penelitian (Kuantitaif dan Kualitatif)* (S. Bahri, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Suryani, C. D., & Kristiyani, D. N. (2021). Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffe Shop di Kota Salatiga. *PReicious: Public Relations Journal*, 1(2), 177–201.

- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran* (3rd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Kristiani, F. A. (2022). Pengaruh Customer Experience dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada The Praja Coffee & Resto). *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(1), 173–179.
- Unedo, Haraha, N. J., & Halim, A. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Pakaian Sipahutar Cloth Rantauprapat. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1), 2316–2323.
- Wungkana, J. J., Mangantar, M., & Tulung, J. E. (2022). Pengaruh *Experiential Marketing* dan Emotional Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada 71 Coffeshop Manado. *Jurnal EMBA*, 10(3), 624–633.

