

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2021). *Manajemen Produksi dan Industri Kecil*. Jakarta Pusat: Penerbitan Universitas Terbuka
- Arie Setyawan¹, Alfian Perdana Putra, Dwi Aprilia Nurhaliza, Gustiani, Muhammad Mandalla Faradis, Nurul Qomariah (2023) The Role Of Service Quality, Trust And Location In Increasing Cafe Customer Repurchase Intention
- Badriawan, A. S., & Nona, F. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Kopi Nako Summarecon Bekasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 566 - 577.
- Cu, K. A., Thetalia, V., Pelawi, P., & Ginting, L. T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Cafe, Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 45 - 61.
- Effendi, S, Singarimbun, & Masri (2020), Metode penelitian survai, Jakarta.
- Feninda Nurdiana, Farah Oktafani (2020) Pengaruh *Satisfaction* Dan *Trust* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Starbucks Buah Batu Bandung
- Ghozali, Imam. (2020). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Husein, Umar. (2018). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali.
- Kurniasari, Meatry, dan Agung Budiatmo. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand awareness terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variable inetervening pada J.CO Donuts & Cofdde Semarang. Diponegoro journal of social and politic. Tahun 2018 Hal 1-7
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Levy dan Weitz. (2018). Retailing Management. Mc. Graw Hill. Boston.
- Mamang dan Sopiah Sangadji. (2019). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.
- Murwanti, S., & Pratiwi, A. P. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Bengkel Motor Ahass Cabang UMS). *Manajemen Dan Bisnis*, 9(2007), 207–227.

- Monita Nugrahaeni, Ahmad Guspul, Hermawan (2021) Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang
- Mowen, J., & Minor, M. (2019). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- PD Jayaweera and AB Sirisena (2020) Impact of Retail Store Atmospheric Factors on Repurchase Intention
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2019). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, Ninth Edition. New York: McGraw Hill
- Putu Agus Setiawan¹, Ni Made Rastini (2021) The Effect of Product Quality, Service Quality, and Atmosphere Stores on Customer Satisfaction and Its Impact on Repurchase Intention
- Prabowo, S. A. (2018). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mirota Kampus Godean. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(7), 155–126.
- Pratiwi, M. M., & Atmaja, N. C. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Store Atmosphere, Dan Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cassava Coffe. *Jurnal Bakti Saraswati*, 11 - 20.
- Prodromos Chatzoglou (2022) Shopping experience Customer experience Customer satisfaction Customer loyalty Repurchase intention
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Prodk You C 1000 Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sutisna dan Pawitra, (2021). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Penerbit PT. Remaja Rosdakarya
- Sumarwan. (2019). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*.