

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminudin, M. (2022, Agustus 31). *330 ribu mahasiswa baru banjir Malang, apa pengaruh dan dampaknya?* (DetikJatim) Dipetik Februari 21, 2023, dari [www.detik.com](https://www.detik.com): <https://www.detik.com/jatim/berita/d-6263704/330-ribu-mahasiswa-baru-banjiri-malang-apa-pengaruh-dan-dampaknya>
- Anim, A., & Indiani, N. P. (2020, Juni 05). Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kembali. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 99-108. Dipetik Februari 22, 2023
- Anwar, S., Wijayanti, A., & Chomsatu, Y. (2022). Determinan struktur modal pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bei 2015-2019. *Ekombis Review*, 2, 1255-1264. Dipetik Maret 23, 2023
- Attariq, M. A., & Siregar, M. R. (2022, November). Pengaruh suasana toko dan kenyamanan lokasi terhadap niat pembelian ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada pelanggan rumah makan CUt Bit Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(4), 642-656. Dipetik Maret 7, 2023
- Baharuddin, A., & Sudaryanto, B. (2021). Pengaruh store atmosphere terhadap repurchase decision dan loyalitas konsumen pada coffee shop di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1-6. Dipetik Maret 7, 2023
- Baskara, R. F., Mardiatmi, B. D., & Argo, J. G. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada aplikasi Traveloka. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi*, 2(1), 1645-1659. Dipetik Maret 7, 2023
- Bichler, B. F., Pikkemaat, B., & Peters, M. (2020). Exploring the role of service quality, atmosphere and food for revisits in restaurants by using a e-mystery guest approach. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4(3), 351-369. Dipetik Mei 4, 2023
- Devina, M. A., & Yulianto, A. E. (2022, Oktober 10). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada cafe tenda Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(10), 1-16. Dipetik Februari 22, 2023
- Devitasari, N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan produk terhadap kepuasan konsumen pada indomaret di desa Wringinanom kabupaten Gresik. *Undergraduate thesis*. Dipetik Maret 3, 2023, dari <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/3721>

- Duman, F. (2020). Effects of Coffee Shops' Food Quality, Service Quality and Ambiance Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Batman, Turkey. *International Journal of Innovative Approaches in Social Sciences*, 4(3), 54-68. Diambil kembali dari <https://doi.org/10.29329/ijiasos.2020.278.1>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021, Juli). Pengaruh digital marketing, kualitas produk, dan emosional terhadap kepuasan konsumen poskopi zio Jombang. *JIP (Jurnal Inovasi Penelitian)*, 2(2), 603-612. Dipetik Maret 3, 2023
- Fatimah, N. O., & Transistari, R. (2022, Oktober). Pengaruh produk diversity, price perception, location dan service quality terhadap repurchase intention konsumen kopi njongke Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(2), 165-174. Dipetik Februari 22, 2023
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling edisi 4 metode alternatif dengan partial least squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Dipetik Mei 6, 2023
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Undip. Dipetik Mei 4, 2023
- Gunadhi, E. C., & Japarianto, E. (2015). Analisa pengaruh store atmosphere terhadap impulse buying melalui shopping lifestyle dan emotional response sebagai variabel intervening pada the body shop Indonesia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-9. Dipetik Februari 28, 2023
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. Dipetik Mei 30, 2023
- Handayani, E. (2023, Januari). Pengaruh kualitas website dan kualitas pelayanan konsep O2O ecommerce terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap niat pembelian ulang konsumen (studi kasus wish.boyke). *Pascasarjanaafe Untan*, 1(1), 674-683. Dipetik Maret 3, 2023
- Hanisa, S., & Hardini, R. (2021, Januari 1). Pengaruh store atmosphere, iklan dan word of mouth terhadap minat pembelian ulang pelanggan pada KFC di Margonda, Depok. *Oikonomia*, 16(1), 68-82. Dipetik Maret 7, 2023
- Hapsara, V., Darmawan, A. K., & Marselino, W. (2023, Februari 01). Pengaruh kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap minat pembelian kembali di Seporsi Mie kari Alam Sutera. *JIMAS*, 2(1), 101-109. Dipetik Maret 3, 2023
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., . . . Auliya, N. H. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu. Dipetik Mei 7, 2023

- Henny, H., & Husin, O. D. (2021, Oktober 21). Persepsi pelanggan terhadap manfaat kegiatan creating shared value dan keberlanjutan usaha PT Univel Indonesia TBK. *Prosiding SENAPENMAS* (hal. 1503-1512). Jakarta: journal.untar.ac.id.
- Hidayat, A. (2014, Oktober). *Statistikian.com*. Dipetik Maret 31, 2023, dari Menghitung besar sampel penelitian: <https://www.statistikian.com/2012/08/menghitung-besar-sampel-penelitian.html>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS. *STAI*, 1(1), 1-12. Dipetik Maret 20, 2023, dari <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Khakim, L., Fathoni, A., & Minarsih, M. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Pizza Hut cabang Simpang Lima. *Journal of Management*, 1(1), 1-15. Dipetik Maret 01, 2023
- Kharolina, I., & Transistari, R. (2021, Oktober). Pengaruh experimental marketing terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(2), 185-196. Dipetik Maret 4, 2023
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2017). *Pemasaran edisi pertama*. Jakarta: Salemba Empat. Dipetik Maret 01, 2023
- Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management 14th Edition*. New Jersey: Pearson. Dipetik Februari 27, 2023
- Kristiana, M., & Edwar, M. (2017). Pengaruh store atmosphere dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen cafe heerlijk gelato perpustakaan bank Indonesia Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 5(1), 113. Dipetik Februari 22, 2023
- Kurnianto, D., & Kharisudin, I. (2022). Analisis jalur pengaruh motivasi kerja, disiplin kerja, kepuasan kerja, lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan dengan variabel intervening organizational citizenship behavior. *Prosiding Seminar Nasional Matematika XV. 5*, hal. 740-751. Semarang: PRISMA. Dipetik Maret 23, 2023
- Kurniawan, P. A. (2019, Juli). Pemeriksaan operasional terhadap kualitas pelayanan dan kualitas makanan dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen pada restoran K. 17-18. Diambil kembali dari <https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/9442>
- Lee, H. J. (2022). A study on the effect of customer habits on revisit intention focusing on franchise coffee shops. *Journal Information*, 13(2), 86. Dipetik Mei 8, 2023

- Lenaini, I. (2021, Juni). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis*, 6(1), 33-39. Dipetik Maret 18, 2023
- Lesmana, B. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, variasi produk dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan di 1974 Cafe Jakarta Timur. *Repository Unnas*. Dipetik Maret 23, 2023, dari <http://repository.unas.ac.id/id/eprint/5861>
- Lestari, Y. S., Asnaini, & Arisandi, D. (2023, Januari). Analisis kualitas pelayanan terhadap customer satisfaction nasabah bank syariah indonesia (BSI) Argamakmur-Bengkulu. *JAM-EKIS*, 6(1), 63-73. Dipetik Maret 3, 2023
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2011). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat. Dipetik Maret 3, 2023
- Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian. *UIN Alauddin*, 1-34. Dipetik Maret 20, 2023
- Malang, P. K. (2022). *Fasilitas Daerah Pendidikan Perguruan Tinggi Malang*. Dipetik Februari 27, 2023, dari [malangkota.go.id](http://malangkota.go.id): <https://malangkota.go.id/fasilitas-daerah/pendidikan/ Perguruan-Tinggi/>
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022, Juli 21). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian terhadap pembelian ulang (literature review manajemen pemasaran). *JMPIS*, 3(2), 716-727. Dipetik Maret 4, 2023
- Mufarrikoh, Z. (2020). *Statistika pendidikan (konsep sampling dan uji hipotesis)*. (M. Qibtiyah, Penyunt.) Surabaya: CV. Jakad Media Publishing. Dipetik Maret 18, 2023
- Mutiara, S. (2023, Januari 30). *15 tempat nongkrong di Malang terbaik dan favorit*. Dipetik Februari 24, 2023, dari [Hotelier.id](http://Hotelier.id): <https://hotelier.id/tempat-nongkrong-di-malang/>
- Nainggolan, T., & Tanjung, Y. (2023, Februari 1). Pengaruh suasana toko dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada produk kecantikan SilkyGirl Matahari Departement Store Thamrin Medan. *JCSR*, 1(1), 372-391. Dipetik Maret 7, 2023
- Nugraha, M. R., & Ashari, M. F. (2022). Store atmosphere generasi milenial terhadap keputusan pembelian di gelas batu rantauprapat. *Unikal National Conference* (hal. 665-673). Sumatera Utara: Unikal.ac.id. Dipetik Februari 22, 2023
- Oktavia, H. (2022, Oktober 12). *rri.co.id*. Dipetik Mei 30, 2023, dari Nugas di Cafe, jadi tren kekinian mahasiswa malang: <https://www.rri.co.id/malang/hiburan/57562/'nugas'-di-cafe-jadi-tren-kekinian-mahasiswa-malang>

- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Putra, I. Y., & Hartati, N. S. (2023, Februari). Pengaruh kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada Ud. bagas Bagus Kerambitan Tabanan. *Widya Amrita*, 3(2), 375-384. Dipetik Maret 7, 2023
- Putri, O. M., Azmiyah, U., & Muzdalifah, L. (2023, Januari 1). Pengaruh store atmosphere terhadap niat beli konsumen melalui positive emosi sebagai variabel mediasi di Cafe Merci Sidoarjo. *JSR*, 1(1), 356-371. Dipetik Maret 7, 2023
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. (A. A. Effendy, Penyunt.) Surabaya: Cipta Media Nusantara. Dipetik Maret 17, 2023
- Sambara, J., Tawas, H. N., & Samadi, R. L. (2021, Oktober). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen pada cafe 3.AM Koffie Spot Manado. *EMBA*, 9(4), 126-135. Dipetik Maret 7, 2023
- Santoso, S. (2014). *Statistik parametrik edisi revisi*. Jakarta: Elex Media Komputindo. Dipetik Mei 4, 2023
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat. Dipetik Maret 6, 2023
- Septiani, C. (2022, November 02). Pengaruh store atmosphere, varian produk dan word of mouth (WOM) terhadap keputusan pembelian pada hear coffee Batam. *UPB REPO*, 12-16. Dipetik Februari 28, 2023, dari <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/1889>
- Suganda, T. R., & Cahyadi, R. T. (2020). *Modul Pratikum Statistika*. Malang: FEB Ma Chung. Dipetik Maret 23, 2023
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet. Dipetik Maret 17, 2023
- Suhirman, & Yusuf. (2019). *Penelitian kuantitatif sebuah panduan praktis*. Mataram: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Mataram. Dipetik Mei 7, 2023
- Sumargo, B. (2020). *Teknik sampling*. Jakarta: UNJ PRESS. Dipetik Maret 18, 2023
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh brand imge, brand trust, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41-52. Dipetik Maret 7, 2023

- Syahdani, E. (2022). Pengaruh store atmosphere, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian ulang pada konsumen Floc.co coffee shop Medan. *Doctoral dissertation*, 1-7. Dipetik Februari 22, 2023, dari <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/18737>
- Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media. Dipetik Mei 7, 2023
- Syahza, A. (2021). *Metodologi penelitian edisi revisi tahun 2021*. Pekanbaru: UR Press Pekanbaru. Dipetik Mei 7, 2023
- Thoriq, I. (2019, Maret 05). *Kafe di Malang yang Tumbuh dan Tumbang*. (G. Mazda, Editor, & Tugu Malang) Dipetik Februari 22, 2023, dari Kumparan.com: <https://kumparan.com/tugumalang/kafe-di-malang-yang-tumbuh-dan-tumbang-1551768038570428054#:~:text=Untuk%20diketahui%2C%20data%20dari%20BP2D,kafe%2C%20dan%20112%20pengusaha%20catering>.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran edisi 4*. Yogyakarta: ANDI. Dipetik Maret 3, 2023
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Pemasaran strategik. Edisi Kedua*. Yogyakarta: ANDI. Dipetik Maret 4, 2023
- Tjiptono, Fandy, & Chandra, G. (2011). *Service management mewujudkan layanan prima edisi 2*. Yogyakarta: ANDI. Dipetik Februari 22, 2023
- Tong, M. (2022). Customers' craft beer repurchase intention: the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Food Properties*, 25(1), 845-856. Dipetik Mei 8, 2023, dari <https://doi.org/10.1080/10942912.2022.2066122>
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, 1(1), 342-351. Dipetik Maret 17, 2023
- Ummar, H. (2019). *Metode riset manajemen perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Dipetik Mei 7, 2023
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen ritel: strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat. Dipetik Februari 27, 2023
- Waha, K., Kindangen, P., & Wenas, R. (2023, Januari 01). Pengaruh kualitas pelayanan, inovasi produk dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada starbucks drive thru kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA*, 11(1), 52-64. Dipetik Februari 21, 2023

- Widi , R. A. (2018). Studi kompensasi dan lingkungan kerja terhadap loyalitas karyawan berdampak pada kinerja karyawan. *Upajiwa Dewantara*, 2(1), 22-38. Dipetik Maret 23, 2023
- Yan, W. S., & Yu, C. H. (2013). Factors of influencing repurchase intention on deal-of-the-day group-buying website. *Libproject HKBU*. Dipetik Maret 4, 2023, dari <https://libproject.hkbu.edu.hk/trsimage/hp/11020555.pdf>.
- Yeung, T. M., Chen, S. L., Lolli, J. C., & Larson, B. (2021). The influence of background sounds, physical sound, and managers' proactive customer service regarding situational sounds on customer satisfaction in the restaurant industry. *Journal of Small Business Strategy*, 31(5), 64-74.