

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. In *Organizational Behavior and Human Decision Processes* (Vol. 53, Number 1).
- Alqodri, M. F., Santoso, S., & Nurmalitasari, K. S. (2026). The Effect of Store Atmosphere and Service Quality on Repurchase Intention. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 123–135. <https://doi.org/10.36555/almana.v10i1.3012>
- Ardhiansyah, & Abdurachman, A. (2023). Dampak Suasana Toko, Kualitas Pelayanan dan Harga Hammerstout terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi di Kota Bandung). *Jurnal Ekonomi Perjuangan (JUMPER)*, 5(2), 103–114.
- Badriawan, A. S., & Nona, F. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Kopi Nako Summarecon Bekasi. *Jambis (Jurnal Administrasi Bisnis)*, 3(5), 566–577. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). Retail Management : A Strategic Approach. In *Retailing Principles*. <https://doi.org/10.5040/9781501304125.part-004>
- Christine, & Budiawan, W. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo , Semarang). *Digital Marketing*, 1(1), 1–8.
- Darmawan, R., Susanti, A. A., Putra, R. K., Widaningsih, R., & Suyati. (2023). *Buku Outlook Komoditas Perkebunan Kopi*.
- Faradisa, I., H, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeshop Semarang (Icos Cafe). *Journal of Management*, 2(2), 1–13. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517/503>
- Firika, N., & Widyastuti. (2023). Pengaruh Product Diversity, Store Atmosphere, Dan Lokasi Terhadap Repurchase Intention Konsumen Pada Deliwafa Store Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(15), 491–502. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8216403>
- Fitriana, L. N., Utami, R. H., & Meiriyanti, R. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang pada Pembelian Lazada di Semarang Timur. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 28–36. <https://journal2.upgris.ac.id/index.php/jibeka%0AANALISIS>
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Efendi, M. B., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D.,

- Simarmata, S. H. M. P., Permadi, L. A., & Novela, V. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Yayasan Kita Menulis*.
- Halim, J. M., Soeprapto, V. S., & Julianto, E. (2023). Analisis Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian di Groen Kopi. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 430–439.
- Hermawan, A., & Yasa, N. N. K. (2021). The Effect of Store Atmosphere, Promotion, and Retail Service on Customer Satisfaction and Repurchase Intention. *European Journal of Business and Management*, 13(8), 160–169. <https://doi.org/10.7176/EJBM/13-8-14>
- Hijuzaman, O., Akbar, M. A., & Aulia, R. P. R. (2023). The Influence of Product Variations, Facilities, Atmosphere, Service Quality and Cafe Locations on Repurchase Interests Using the Structural Equation Modeling Method. *Innovations in Social Sciences Education and Engineering (ICoISSEE)*-3, 8(1), 1–8.
- Ichsannudin, & Purnomo, H. (2021). Analisis Gaya Hedonis Status Sosial Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek. In *Media Sains Indonesia*.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (Vol. 5).
- Jaiswal, R., & Jha, G. K. (2025). The Impact of Store Atmosphere and Product Variety on Consumer Purchase Behavior: The Mediating Role of Consumer Satisfaction. *Int. J. Sci. R. Tech*, 2(3), 96–111. www.ijstjournal.com
- Jasmine, S. A., Ambarwati, D., & Munawaroh, N. A. (2026). Pengaruh Price Perception , Product Variety , dan Service Quality terhadap Repurchase Intention di Inspirasi Coffee Kediri. *Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 5(2), 315–325. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jupsim.v5i2.7010>
- Kezia, Sutanto, J. E., Soediro, M., & Oktavio, A. (2023). The Influence of Product Quality, Service Quality, and Store Atmosphere Towards Customer Repurchase Intention at Fat-Fat Restaurant in Bekasi. *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, 7(2), 722–731. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBA>
- Khalis, R. A., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). The Effect of Product Quality, Service Quality and Store Atmosphere on Consumer's Repurchasing Interest at Ruang Kopi Bahagia Fatmawati, South Jakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(2), 358–371. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i2.874>

- Mahadika, N., Wulansari, N., & Susanti, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Di Foursides Coffee Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(1), 17–26. <https://doi.org/10.62379/jkph.v2i1.957>
- Martaputri, F. H., Herawaty, T., & Fordian, D. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI PADA NAKULA COFFEE CIKARANG). *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 723–738. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1388>
- Meliasari, D., Dakwah, M. M., & Rinuastuti, B. H. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk Dan Harga Terhadap Repurchase Intention Pada Dekat Cafe Di Lombok Timur. *Jurnal Riset Pemasaran (JRP)*, 3(3), 32–38.
- Monika. (2026). Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Beli Ulang pada Coffee Shop “Fore Coffee.” *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 300–307. <https://doi.org/10.71456/sur.v4i2.1660>
- Mutmainah, Fahri, J., & Buamonabot, I. (2025). The Influence of Store Atmosphere and Product Assortment on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as a Mediating Variable at MR. DIY Kayu Merah. *International Journal of Business, Law, and Education*, 6(2), 1330–1342. <https://doi.org/10.57178/jer.v9i1.2135>
- Nugroho, M., & Paramita, R. (2009). Peningkatan Loyalitas Melalui Lokasi dan Keakenaragaman Barang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 222–230. <https://doi.org/10.30659/ekobis.10.1.222-230>
- Oktaviani, H. T., & Herawati, S. (2024). The Influence of Store Atmosphere and Service Quality on Interest in Revisiting Miniso Retail in Bandung City. *COSTING : Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 2098–2106.
- Oliver, C., Tobing, Y. J. E. L., Franklin, R., & Andriano, T. (2025). Pemasaran Digital sebagai Strategi Manajemen Pemasaran Modern : Konsep , Saluran , dan Pengukuran Kinerja. *Manajemen Business Innovation Conference-MBIC*, 8(1), 221–235. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index%0AMagister>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Peburiyanti, D., & Sabran. (2020). Pengaruh Promosi, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 20(1), 29–39.
- Pramesti, S. N., & Muniroh. (2026). Pengaruh Kualitas Produk Dilihat Dari Harga , Layanan , Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang Coffe Shop. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(4), 101–127.

- Pramudya, A. R., & Walyoto, S. (2025). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang di Kedai Kopi Berarti. *Journal of Economics and Business Research*, 4(1), 149–159. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/juebir>
- Prastowo, S. L., Manunggal, B., & Permana, A. I. (2024). Influence of Store Atmosphere , Taste , Service Quality on Repurchase Decisions Through Satisfaction as Mediation. *Journal of Business Innovation and Accounting Research*, 1(1), 27–37. <http://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JRMM/article/view/10659>
- Pratiwi, D. S., & Dewantara, Y. F. (2023). Faktor Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Ulang di Digerati House Bekasi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1696–1703. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1447>
- Pratiwi, M. M. A., & Atmaja, N. P. C. D. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Store Atmosphere, dan Service Quality terhadap Minat Beli Ulang pada Cassava Coffee. *Jurnal Bakti Saraswati*, 13(1), 11–20.
- Putri, S. W., & Putri, Y. E. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada Kedai Kopi Fore di Padang.*
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Rumah Kecantikan Sifra di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 28–39. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Rizki, R. N., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen pada Caffé Bene Bandung. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 1–9.
- Saepul, I., Silaningsih, E., Kartini, T., & Gemina, D. (2024). Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Strategi Store Atmosphere. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(1), 186–200.
- Safitri, A. N. (2020). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>
- Setiawan, G. A., Hidayat, C. W., & Graha, A. N. (2024a). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Kopi Teko di Gondanglegi Malang). *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 11(2), 123–132. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v11i2.10659>
- Setiawan, G. A., Hidayat, C. W., & Graha, A. N. (2024b). PENGARUH STORE

ATMOSPHERE, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI PADA KOPI TEKOKO DI GONDANGLEGI MALANG). *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 11(2), 123–132. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v11i2.10659>

Setiawan, P. A., & Rastini, N. M. (2021). The Effect of Product Quality, Service Quality, and Atmosphere Stores on Customer Satisfaction and Its Impact on Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(1), 395–402. <https://www.kemalapublisher.com/index.php/JoMA/article/view/528>

Silvia, R., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cillo Coffee. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 662–675. <https://doi.org/10.55904/nautical.v1i7.305>

Statistik, B. P. (2024). Indonesian Coffee Statistics. In *Badan Pusat Statistik* (Vol. 8, Number 0).

Steven, Pasla, P. R. Y., & Hellyani, C. A. (2023). Influence of Store Atmosphere and Service Quality on Repurchase Intention: The Mediating Role of Customer Satisfaction at Nakoa Cafe Malang City. *American International Journal of Business Management (AIJBM) ISSN*, 6(07), 9–18. www.aijbm.com

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*.

Swanda, M. A. P., & Utami, W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Pembeli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi : Studi Kasus Kedai Kopi Fore di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 1(1), 1–16.

Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian : Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah*.

Winayaputra, M. I. L., & Trisnawati, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Dan Islamic Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Value Equity Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1994–2001. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13103>

Wiwinda, & Triana, N. (2025). The Influence of Product, Location, and Store Atmosphere on Consumers Repurchase Intention at Sahaya Coffee Shop in Pontianak City. *Electronic Journal of Education, Sosial Economics, and Technology*, 6(2), 1–8. <https://doi.org/10.33122/ejeset.v6i2.915>

Yoeniargo, Y. D., & Dyatmika, S. W. (2020). Pengaruh Produk, Testimoni Dan

Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Di Kafe Warunk Upnormal Gresik. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 12–18. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.2944>

Yunisya, N., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh Servicescape terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Giggle Box Café & Resto Cihampelas Walk Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(2), 120–131.

Zahra, A. A., & Lubis, N. W. (2024). Pengaruh Store Atmosphere Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang pada New Sudu Cafe. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(4), 2425–2445. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.23656>