DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A. (2018). *Building strong brands.* Simon & Schuster.

Aaker, D. A. (2018). *Aaker on branding: 20 principles that drive success.* Morgan James Publishing.

Alifia, F., & Nirawati, L. (2025). The influence of product diversity, store atmosphere, and service quality on customer satisfaction at Sports Station Galaxy Mall Surabaya. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 8*(2), 6920–6939. https://doi.org/10.31538/iijse.v8i2.6536

Ardiansyah, F., & Indrayani, L. (2023). Catalysts of customer satisfaction: A quantitative analysis of brand image, service quality, and store atmosphere. *Academia Open.*

Badan Pusat Statistik. (2026, 6 Mei). Ekonomi Indonesia resilien dan tumbuh solid pada triwulan 1-2026 [Siaran pers]. https://www.bps.go.id/id/news/2026/05/06/910/ekonomi-indonesia-resilien-dan-tumbuh-solid--pada-triwulan-1-2026.html

Berman, B., & Evans, J. R. (2018). *Retail management: A strategic approach* (13th ed.). Pearson Education.

Calvo-Porral, C., & Lévy-Mangin, J.-P. (2021). Examining the influence of store environment in hedonic and utilitarian shopping. *Administrative Sciences, 11*(6).

Churchill, G. A., & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research, 19*(4), 491–504.

CNBC Indonesia. (2026, 13 Februari). Warga RI doyan makan, ekonomi jalan tapi ancaman ini mengintai. https://www.cnbcindonesia.com/research/20260213101713-128-710915/warga-ri-doyan-makan-ekonomi-jalan-tapi-ancaman-ini-mengintai

Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8*(3), 585–593. https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585

Databoks. (2026, 21 Januari). Jumlah gerai Kopi Kenangan kalahkan Starbucks di Indonesia pada 2024. Katadata. https://databoks.katadata.co.id/en/infographics/2026/01/21/jumlah-gerai-kopi-kenangan-kalahkan-starbucks-di-indonesia-pada-2024

Desakarangbendo.id. (2026, 10 Februari). Rincian modal buka coffee shop 2026: Simulasi balik modal dari Rp50 juta sampai Rp300 juta. https://desakarangbendo.id/berita-ekonomi-bisnis/4812352626/rincian-modal-buka-coffee-shop-2026-simulasi-balik-modal-dari-rp50-juta-sampai-rp300-juta/

Devi, A. A. D. T., & Yasa, N. N. K. (2021). The role of customer satisfaction in mediating the influence of service quality and perceived value on brand loyalty. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences.*

Ellyawati, Hidayah, N., & Wahyuni, S. (2023). Pengaruh diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM XYZ. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis.*

Ferrinadewi, E. (2019). *Merek dan psikologi konsumen: Implikasi pada strategi pemasaran.* Graha Ilmu.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Goic, M., Levenier, C., & Montoya, R. (2021). Drivers of customer satisfaction in the grocery retail industry: A longitudinal analysis across store formats. *Journal of Retailing and Consumer Services.*

Hanif, M., Limakrisna, N., & Anggraeni, A. F. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada Kafe Carita Kopi Tamansari Kota Bandung. *MODENA Journal, 1*(1).

Hidayat, M. R., Aisyah, S., & Fauzi, A. (2023). Pengaruh diferensiasi produk, kualitas produk, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada produk kopi lokal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia.*

Hsieh, S.-W., Lu, C.-C., & Lu, Y.-H. (2018). A study on the relationship among brand image, service quality, customer satisfaction, and customer loyalty—Taking 'The Bao Wei Zhen Catering Team' as an empirical study. *KnE Social Sciences*, Proceedings of the 2018 International Conference of Organizational Innovation (ICOI-2018).

Hypeabis.id. (2026, 12 Januari). SCAI: Indonesia punya jumlah coffee shop terbanyak di dunia. https://hypeabis.id/read/54186/scai-indonesia-punya-jumlah-coffee-shop-terbanyak-di-dunia

Investortrust.id. (2026, 22 Januari). Menperin: Industri makanan minuman tumbuh 6,49%, beri kontribusi terbesar ke PDB manufaktur. https://investortrust.id/business/92129/menperin-industri-makanan-minuman-tumbuh-6-49-beri-kontribusi-terbesar-ke-pdb-manufaktur

Irawan, H. (2008). *10 prinsip kepuasan pelanggan.* Elex Media Komputindo.

Irsanni, A. A., & Suhardi. (2023). Pengaruh diferensiasi produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk fashion Thenblank di Kota Batam. *Scientia Journal, 5*(3), 1–8.

Ismanto, H., Widayati, V. C., & Nurfadilah. (2022). Pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada UMKM keripik tempe di Kota Mataram.

Juniarto, A., & Suryani, T. (2023). Strength of brand image and restaurant atmosphere in influencing decision making and customer satisfaction. *The Spirit of Society Journal, 6*(2). https://doi.org/10.29138/scj.v6i2.2212

Kalif, A. D., Monoarfa, T. A., & Fidhyallah, N. F. (2025). Pengaruh brand image, store atmosphere, service quality, dan product quality terhadap customer satisfaction pada pelanggan Kopikina. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen, 3*(7), 181–193. https://doi.org/10.61722/jiem.v3i7.5815

Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Pearson Education.

Khan, M. R., Khan, N. R., Kumar, V. V. R., Bhatt, V. K., & Malik, F. (2022). Customer-defined market orientation, brand image and customer satisfaction: A mediation approach. *SAGE Open.*

Kim, J., & Heo, W. (2021). Interior design with consumers' perception about art, brand image, and sustainability. *Sustainability, 13,* Article 4557.

Kompas.com. (2026, 10 Februari). Industri camilan tumbuh, produsen baca peluang konsumsi 2026. https://money.kompas.com/read/2026/02/10/232445826/industri-camilan-tumbuh-produsen-baca-peluang-konsumsi-2026

Kompas.id. (2025, 5 Januari). Mengintip tren dan tantangan bisnis kopi 2025. https://www.kompas.id/artikel/mengintip-tren-dan-tantangan-bisnis-kopi-2025

Kotler, P. (1973). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of Retailing, 49*(4), 48–64.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kristian, A. D., & Terenggana, C. A. (2024). Peran diferensiasi produk dan bukti fisik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis.*

Lestari, D., & Bernika, C. (2022). Pengaruh diferensiasi produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen Essentieel Coffee Shop di Bandung. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan, 2*(5), 449–468. https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.235

Levy, M., & Weitz, B. A. (2019). *Retailing management* (10th ed.). McGraw-Hill Education.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi* (Ed. 3). Salemba Empat.

Maysarah, S. (2025). Pengaruh kualitas produk dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Groove Coffee and Eatery, Kec. Bukit Raya, Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa FISIPOL Universitas Islam Riau, 1*(2).

Medcom.id. (2026, 2 April). Masih menjanjikan, ini 5 strategi sukses bisnis coffee shop di 2026. https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/yKXe5eEN-masih-menjanjikan-ini-5-strategi-sukses-bisnis-coffee-shop-di-2026

Merdeka.com. (2026, 9 Mei). Industri makanan & minuman diprediksi tumbuh 8 persen di 2026, tapi ada tantangan dihadapi pelaku usaha. https://www.merdeka.com/uang/industri-makanan-minuman-diprediksi-tumbuh-8-persen-di-2026-tapi-ada-tantangan-dihadapi-pelaku-usaha-570612-mvk.html

Muhammad, F., & Febriatmoko, B. (2022). Pengaruh diferensiasi produk, persepsi harga, kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen, 14*(2).

Novita, E., Rusniati, & Yamin, M. (2022). Pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Air Minum Isi Ulang Kangen Water Banjarmasin. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan, 11*(1).

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research, 17*(4), 460–469.

Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.

Pasha, F. V. (2019). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada coffee shop Piacevole Medan [Skripsi].

Pebriyanti, V. D. (2022). Pengaruh store atmosphere, brand image, variety product terhadap kepuasan konsumen (Survei pada konsumen Warunk WOW KWB Ponorogo) [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo]. UMPO Repository. https://eprints.umpo.ac.id/10185/

Pera, O., Afuan, M., & Putri, D. A. (2026). Pengaruh diferensiasi dan harga terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan pada Cokelat Belut Anabundo Padang. *Jurnal Bisnis Digital, 4*(1).

Pratama, M. R., Nurjanah, S., & Wahyuni, D. (2023). Pengaruh store atmosphere dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada coffee shop ABC. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis.*

Rasyid, D. F., Niode, I. Y., & Isa, R. A. (2022). Pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner Sore Drink di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JAMBURA), 5*(1).

Ratri, Z. (2025, 29 Desember). Gemilang di 2025, industri makanan dan minuman jadi harapan penopang di 2026. SUAR. https://www.suar.id/gemilang-di-tahun-2025-industri-makanan-dan-minuman-jadi-harapan-penopang-di-tahun-2026/

Saman, Y. T., Keni, K., & Muthuveloo, R. (2023). Store atmosphere and quality of personal to predicate repatronage intentions at local convenience stores: The role of customer satisfaction as a mediation variable. *International Journal of Application on Economics and Business.*

Saputra, Y. F., & Syaefulloh. (2023). Pengaruh brand image dan product quality terhadap purchase intention melalui customer satisfaction pada kopi di coffeeshop di Kota Pekanbaru. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, 17*(6), 3972–3992. https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2822

Sasmitha, N. P. S. V. Y., Junaedi, I. W. R., & Mertayasa, I. G. A. (2022). Pengaruh store atmosphere, kualitas pelayanan dan customer experience terhadap kepuasan konsumen di Bhineka Muda Merdeka Denpasar. *Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis, 2*(3), 155–163.

Setiawan, F. B., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2023). Analisis pengaruh store atmosphere, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Basabasi Yogyakarta. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains), 8*(1), 470–479. https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.742

Setiawan, V. S., & Sidharta, H. (2026). Pengaruh brand image dan store atmosphere yang dimediasi oleh perceived value terhadap kepuasan pelanggan pada Jejakmu Cafe and Eatery Kediri. *Management Studies and Entrepreneurship Journal, 7*(4), 888–902. https://doi.org/10.37385/msej.v7i4.10693

Stauss, B., & Neuhaus, P. (1997). The qualitative satisfaction model. *International Journal of Service Industry Management, 8*(3), 236–249.

Suara.com. (2024, 17 April). Survei: 66% Gen Z mengaku minum kopi setiap hari, sudah jadi gaya hidup? https://www.suara.com/lifestyle/2024/04/17/115000/survei-66-gen-z-mengaku-minum-kopi-setiap-hari-sudah-jadi-gaya-hidup

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.

Sukawati, T. G. A. I., Sukaatmadja, I. P. G., Yasa, N. N. K., & Widagda, I. G. J. A. (2021). The role of local wisdom culture moderating the effect of product differentiation, service differentiation, and image differentiation on tourist satisfaction: Case study of tourist satisfaction at Royal Kirana Spa & Wellness Ubud. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences, 8*(5), 377–392. https://doi.org/10.21744/irjmis.v8n5.1909

Sutisna. (2019). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran.* Remaja Rosdakarya.

Syarifah, K., & Sutrisna, E. (2024). Pengaruh store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Leng Coffee, Pekanbaru. *Ekonomis: Journal of Economics and Business, 8*(2).

Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (Ed. 4). Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Pemasaran strategik* (Ed. 4). Andi.

Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behavior: A review of the experimental evidence. *Journal of Business Research, 49*(2), 193–211.

Ulfa, M., & Santoso, R. P. (2024). Pengaruh diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada Station 2 PT. Queen Ice Asia Bangkalan). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management.*

United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service. (2024). *Indonesia: Coffee annual* (Report No. ID2024-0016). https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Coffee+Annual_Jakarta_Indonesia_ID2024-0016.pdf

Utami, C. W. (2017). *Manajemen ritel: Strategi dan implementasi ritel modern* (Ed. 3). Salemba Empat.

Utomo, P., & Maskur, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, kualitas layanan dan store atmosphere terhadap kepuasan (Studi pada pelanggan Antariksa Coffeeshop Semarang). *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 17*(1), 40–60. https://doi.org/10.34152/fe.17.1.40-60

VOI. (2025, 3 Juli). Investasi industri Mamin capai Rp22,63 triliun hingga kuartal I-2025. https://voi.id/ekonomi/492292/investasi-industri-mamin-capai-rp22-63-triliun-hingga-kuartal-2025

Wibowo, A., Kartika, R., & Kurniawan, D. (2023). Pengaruh store atmosphere, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada coffee shop XYZ. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan.*

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.