

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhinda, E. G., Arief, M. Y., & Soeliha, S. (2022). *Harga Dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Dalam Menentukan Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Coffee Shop Titik Kumpul Capore Situbondo*. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(3). <https://doi.org/10.36841/jme.v1i3.1986>
- Ah, M., Ariefin, M. S., Masram, & Qomariah, N. (2021). *The Role of Cafe Atmosphere and Product Quality in Building Consumers' Trust and Loyalty*. *International Journal of Economics and Management Studies*, 8(9), 44–47. <https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v8i9p107>
- Ainiyah, E. K., & Khasanah, A. N. (2023). *Perbandingan Store Image Dan Store Atmosphere Pada Toko Pelangi Stationery Dan Toko MM Rizky Abadi Stationery*. *Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 32–43. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i1.441>
- Alhamdina, T. T., & Hartono, A. (2023). *The Impact Of Brand Awareness, Brand Reputation, And Perceived Economic Benefits On Brand Trust And Online Purchase Intentions For Skintific Products On The Tiktok Shop Platform*. *International Journal of Science, Technology & Management*. <http://dx.doi.org/10.46729/ijstm.v4i3.832>
- Anggadwita, G., & Martini, E. (2019). *Digital Economy For Customer Benefit And Business Fairness*. CRC Press/Balkema.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)*. *Pendekatan. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6766>
- Astuti, C. W., & Abdurrahman. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, 1(2), 33–49. <https://intropublica.org/index.php/jadbe/article/view/57>
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media* (R. H. M. Meutia (ed.)). Deepublish.
- Aunillah, I. H., Ediyanto, & Soeliha, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening Pada Ud Lancar Jaya Di Kabupaten Situbondo*. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(5), 962. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i5.2131>
- Baisyir, F. (2021). *Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen Hand Body Lotion*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 191–201. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i2.381>
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). *Brand, Islamic Branding, &*

*Rebranding “Peran Strategi Merek Dalam Menciptakan Daya Saing Industri Dan Bisnis Global.”* PT. RajaGrafindo Persada.

- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research And Consulting Institute.
- Efdison, Z., Yelnim, Yadewani, D., Harahap, E. F., Medi, & Putra, A. D. (2022). *Pengaruh Perceived Value, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Distro Agung Sungai Penuh*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8). <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i8.1464>
- Fadhlurrahman, A., & Tantra, T. (2023). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan LinkAja*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 1457–1473. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3175>
- Fadiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo*. *ECOBUSS: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 21–42. <https://ejournal.upm.ac.id/index.php/ecobuss/article/view/346>
- Firmansyah, H., Azhmy, M. F., & Nasution, A. A. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Product Quality Terhadap Brand Loyalty Dimediasi Brand Trust Pada Pengguna Depok Bubble Drink Kota Medan*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 1(2). <http://dx.doi.org/10.59663/jebidi.v1i2.13>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (ed.)). Surabaya
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*.
- Ghodang, H., & Hantono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)* (F. Ghodang (ed.)). PT. Penerbit Mitra Grup.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed). Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*.
- Hardiyanti, R., & Nefianto, T. (2023). *Pengaruh Minat, Harga, Promosi, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi*. *Jurnal Socia Logica*, 2(2). <https://doi.org/10.572349/socialogica.v2i2.261>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania.

- Hastari, E. S., Yohana, C., & Monoarfa, T. A. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Brand Skincare Lokal)*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 785–799. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0303.13>
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. P. (2019). *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan)*. In *Journal of Economic, Business and Engineering* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i1.872>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Warung Kopi 88 Banjar Indah Permai Melalui Kepuasan Konsumen*. *Anthonius J. Karsudjono*, 1(4), 492–508. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i4.360>
- Karunia, E. (2021). *Brand Awareness Dan Brand Experience Terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust Dan Brand Loyalty*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 23(3). <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/view/13112>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing (17th ed)*. Pearson.
- Lestari, D. P., & Dwiarta, M. B. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Rokok Gudang Garam Surya 12 di Gresik*. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 242–250. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v2i1.3449>
- 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. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.794>
- Mamuaya, N. C. I. (2021). *Faktor Situasional, Atmosfir Toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik Pada Pembelian Impulsif Konsumen* (Safrinal (ed.)). CV. Azka Pustaka.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Di Kota Medan*. *Journal of Social Research*, 1(7), 694–707. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.134>
- Maryati, & M.Khoiri. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Universe Studio*. *E-QIEN Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/779/538>
- Maulana, A. Z., & Sukresna, I. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi: Pada Pelanggan Produk Roti Que Bread Di Kota Bogor)*. *Diponegoro Journal of*

- Management, 11(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2020). *School Branding Strategi Di Era Disruptif* (B. S. Fatmawati (ed.)). PT Bumi Aksara.
- Mursid, M. C., & Palupiningtyas, A. D. (2022). *Kontrol Perilaku Untuk Membeli Ulang Kosmetik Halal Perspektif Theory Of Planned Behavior*.
- Nehe, C. S. H., Buulolo, P., & Zalogo, E. F. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung Kita Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan*. JEB: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 4(2), 10–18. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/JEB/article/download/197/155>
- Purnawarman, A. F., Hermani, A., & Pradhanawati, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Suasana Cafe terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Cafe Portobello Sumurboto Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 11(1), 109–117. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Putri, K. A. M. A., & Yasa, N. N. K. (2023). *Brand Image, Kepuasan Konsumen, Dan Repurchase Intention : Konsep dan Aplikasi Dalam Studi Kasus “Kedai Kopi Kulo”*. Media Pustaka Indo.
- Rachman, A., Nangoy, O. M., & Widjadja, W. (2023). *Pengaruh Store Atmosphere dan Visual Merchandising Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen: Kasus pada Bisnis Ritel UMKM Indonesia*. SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi), 6. <http://senada.idbbali.ac.id>
- Rahmawati. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing ???* Mulawarman University PRESS.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish Publisher.
- Saleh, H. M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin (ed.)). SAH MEDIA.
- Sari, N., & Solichin, E. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Cwimie Malang Bangko*. Jurnal Ekopendia: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan, 6(1), 128–135. <http://journal.stkipypmbangko.ac.id/index.php/ekopendia/article/download/184/127>
- Setiawan, A. (2019, September). *Kok Tong Kopi Sejak 1925*. Arifsetiawan.Com. <https://arifsetiawan.com/2019/09/kok-tong-kopi-sejak-1925/>

- Siyoto, S., & Solik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.)). Literasi Media Publishing.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)* (Suryani & L. M. Ali (eds.)). PT Bumi Aksara.
- Suchrisna, R., & Setianingsih, R. E. (2022). *Pengaruh Brand Trust dan Brand Experience Terhadap Minat Beli Ulang Smartphone Apple Seri iPhone 12 Di Jakarta*. Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/4383/10/RESUME.pdf>
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish Publisher.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2nd ed). Alfabeta.
- Suryani, C. D., & Kristiyani, D. N. (2021). *Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffee Shop Di Kota Salatiga*. PRecious: Public Relations Journal, 1. <https://doi.org/10.24246/precious.v1i2.4769>
- Suryaningsih, I. B., Sularso, R. A., & Handriana, T. (2020). *Manajemen Pemasaran Pariwisata Dan Indikator Pengukuran* (I. Fadah & K. S. W. Nugraha (eds.)). Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Tahulending, A. A., Kakalang, J. F., Pasuhuk, L. S., & Karinda, A. F. (2023). *Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Minat Beli Ulang Pelanggan Cafe*. SEIKO : Journal of Management & Business, 6(2), 219–227. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/5049>
- Tiefani, & Saputra, A. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Pada PT Anugerah Avava Cemerlang Batam*. Jurnal EMBA, 8(1), 2095–2105. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28062>
- Utama, A. P., & Ambarwati, A. N. (2022). *The Effect of Brand Awareness, Brand Image and Trust on Consumer's Repurchasing Interest (Study at PT Astra International Isuzu, Warung Buncit Branch, South Jakarta)*. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 5(4). <https://doi.org/10.33258/birci.v5i4.7047>
- Wibowo, A. E., & Gunawan, A. A. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran Sederhana Di Harbout Bay Batam*. Jurnal Riset Manajemen, 9(1), 57–67. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.364>
- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). *Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi TikTok Shop*. Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 7(1), 47–61. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728>

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.

Za, S. Z. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi* (Hamdan (ed.)). Forum Pemuda Aswaja.

