

DAFTAR PUSTAKA

- Ahani, A., Nilashi, M., Yadegaridehkordi, E., Sanzogni, L., Tarik, A. R., Knox, K., Samad, S., & Ibrahim, O. (2019). Revealing customers' satisfaction and preferences through online review analysis: The case of Canary Islands hotels. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 331–343. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2019.06.014>
- Alessandro, M. J., Syahbandi, Listiana, E., Barkah, & Rosnani, T. (2024). The influence of cafe atmosphere, food quality and product variety on revisit intention with customer satisfaction as a mediation variable in CW Coffee West Kalimantan. *Journal of Management Science (JMAS)*, 7(1), 257–268. www.exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS
- Berman, B., & Evans, J. R. (2018). *Retail Management : A Strategic Approach*. Pearson.
- Bohl, P. (2012). The effects of store atmosphere on shopping behaviour - A literature review. *Corvinus Marketing Tanulmányok*, June, 1–23. http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/669/1/CMT_2012-1.pdf
- Cheng, T. M., & Lu, C. C. (2013). Destination Image, Novelty, Hedonics, Perceived Value, and Revisiting Behavioral Intention for Island Tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(7), 766–783. <https://doi.org/10.1080/10941665.2012.697906>
- Daga, R. (2019). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- Delimah Pasaribu, V. L. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'Cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 156–167. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.23740>
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE., MM. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 1–337.
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M. M. (2021). Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga. In *Perilaku Konsumen*.
- Farida, N., Susilo Aji, & Musthofa, A. J. (2022). Pengaruh Harga, Kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di toko Kautsar, Lowayu, Gresik. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 7(01), 63–80. <https://doi.org/10.59179/jek.v7i01.75>

- Fitria, G., Herawati, S., Jendral, U., & Yani, A. (2024). *The influence of service quality and store atmosphere on revisit interest in guardian modern retail stores in bandung city*. 7.
- Foster, B. (2008). *Manajemen Ritel*. Alfabeta.
- Gabriella, M., & Facrureza, D. (2024). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Revisit Intention Konsumen di Deja Coffee & Pastry Kelapa Gading. *MES Management Journal*, 3(2), 350–368. <https://doi.org/10.56709/mesman.v3i2.227>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2022). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program Warppls2.0 untuk Penelitian Empiris*. Penerbit Undip.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hamid, N., & Hasan, A. (2021). Pengaruh Keberadaan Minimarket Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM di Kabupaten Maros. *YUME: Journal of Management*, 4(2), 389–396. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.233>
- Hikma, N., & Sarnawiah, S. (2020). Pengaruh Keberadaan Minimarket Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 2(1), 10–17. <https://doi.org/10.46918/pay.v2i1.587>
- Hussain, R., & Ali, M. (2015). Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, 7(2), 35–43. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n2p35>
- Jannah, D. R. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Indomaret Compreng Widang Tuban*.
- Khairiyadi, M. R., Sadat, A. M., & Rahmi, R. (2024). Pengaruh Fitness Experience dan Store Atmosphere terhadap Revisit Intention Pelanggan Fitness dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1093–1108. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i3.872>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Pearson Practice Hall*.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2012). *Marketing* (12th ed.). Cengage Learning.
- Levy, W. (2014). *Retailing Management*. McGraw-Hill.

- Malikhah, S., Fadhilah, M., & Welsa, H. (2023). Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Domestik Wisata Puncak Becici Yogyakarta. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1814. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1479>
- Mariansyah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146.
- Ma'ruf, H. (2006). *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Mazursky, D., & Geva, A. (1989). Temporal decay in satisfaction – Purchase intention relationship. *Psychology & Marketing*, 6(3), 211–227. <https://doi.org/10.1002/mar.4220060305>
- Muhammad Ali Rafif, W., & Sonja, A. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pd. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 12(1), 174–183. <https://doi.org/10.33005/jbi.v12i1.2607>
- Nasrul Efendi, Tya Wildana Hapsari Lubis, & Sugianta Ovinus Ginting. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 197–215. <https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1626>
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>
- Nugroho, E., Santoso, H. B., & Safi'i, I. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JURMATIS : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Industri*, 2(2), 106. <https://doi.org/10.30737/jurmatiss.v2i2.953>
- Paludi, S. (2016). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, dan Loyalitas Destinasi. *Jurnal Ekonomi, Pendidikan Dan Pariwisata*, November 2016.
- Putri, A. D., Prabawani, B., & Widayanto, W. (2023). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Revisit Intention melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Coffee Shop Pijar: Studi pada Coffee Shop Pijar di Tembalang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 70–80. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.36949>
- Putri, Y. N., & Sutrisna, E. (2023). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen ER Cofffe Pekanbaru. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 99–111. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.3406>

- Sofiani. (2019). Analisis Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Berkunjung Kembali di Restoran Bonbin Terrace. *Darmawisata*, 4(1), 1–4. <https://doi.org/https://doi.org/10.56190/jdw.v4i1.34>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D (Kedua). In *Alfabeta* (Vol. 3, Issue 2).
- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23496.21-27>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). ANDI.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Utami, I. W., Duta, U., & Surakarta, B. (2021). *Perilaku Konsumen* (Issue June).
- Wantara, P., & Irawati, S. A. (2021). Relationship and Impact of Service Quality, Destination Image, on Customer Satisfaction and Revisit Intention to Syariah Destination in Madura, Indonesia. *European Journal of Business and Management Research*, 6(6), 209–215. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.6.1192>
- Wardhana, A. (2024). *Konsep Kepuasan Konsumen*. October, 230.
- Yolanda, Y., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Konsumen Pada Golden Cafe dan Resto. *Jurnal Ecogen*, 3(4), 584. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i4.10507>
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). PENGARUH STORE’S ATMOSPHERE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NICK COFFEE. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 326–336. <https://doi.org/10.1016/J.JDMM.2017.06.004>