

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliya, W., & Efiani, E. (2023). Analisis Suasana *Café*, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di *Café Masalalu*. *Bullet: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 728-738.
- Arifin, M. R., & Cahyana, A. S. (2022). *The Effect Of Service quality, Product Quality And Store Atmosphere On Customer satisfaction* Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Procedia of Engineering and Life Science Vol.*
- Badalu, R. B. (2021). PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI *DJOURNAL COFFEE TUNJUNGAN PLAZA*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(2), 10-10.
- Churchill Jr, G. A., & Surprenant, C. (1982). *An investigation into the determinants of customer satisfaction*. *Journal of marketing research*, 19(4), 491-504.
- Dharmmesta, B. S. (1999). Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14(3), 73-88.
- Dominic, A., Yuniarto, A., & Ellitan, L. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dan *Service quality* Terhadap Customer Satisfication dan Repurchase Intention pada Kafe Kopi Janji Jiwa Di SURabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 10(2), 52-61.
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap niat pembelian ulang. *Sumber*, 5(65.682), 15-20.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20* (Edisi Ke-6). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi Ke-9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, D. (2024, May). The effect of experiential marketing, service quality on repurchase intention with customer satisfaction as a mediating variable (Case study of Alooha Tropical Café). In *8th International Conference on Accounting, Management, and Economics (ICAME 2023)* (pp. 606-627). Atlantis Press.
- Hossain, M. A., & Quaddus, M. (2012). Expectation-Confirmation Theory in Information Systems Research: A Review and Analysis. *Information & Management*, 49(6), 289-301.
- Irawan, H. (2004). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (5th ed.). Elex Media Komputindo.
- Knight, J. B., & Kotschevar, L. H. (2000). *Quantity Food Production, Planning, and Management* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009a). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (eds.); 13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009b). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan, Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Fokus Manajerial*, 21(1), 89-104.
- Manullang, C. J. E., Supriharyanti, E., & Memarista, G. (2024). PENYEBAB REPURCHASE INTENTION BEHAVIOR PADA KOPI NEIRA DI SURABAYA: CITRA DIRI ATAU KUALITAS?. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 13(1), 57-70.

- Muharmi, H., & Sari, K. (2019). Pengaruh *Service quality*, *Food quality*, Dan Perceived Value Terhadap Consumer Satisfaction Dan Behavioral Intentions. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 193-203.
- Natalia, N. K. T., & Suparna, G. (2023). The Role of *Customer satisfaction* in Mediating the Effect of Product Quality and *Service quality* on Customers' Repurchase Intention of a Coffee Shop in Bali, Indonesia. *European Journal of business and management research*, 8(5), 132-136.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of *Service quality* and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Purba, R. (2006). Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis. The Asian Manager (February-March). *The Asian Manager*, 9(1), 28-32.
- Rifai, M., Zulpawati, Z., & Pratiwi, I. K. (2025). The Influence Of *Service quality* On Repurchase Decisions With *Customer satisfaction* As An Intervening Variable (Case Study Of Coffee Shop Customers In Mataram City). *IQTISHADUNA: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 16(1), 27-40.
- Rohani, S., Hufron, M., & Rizal, M. (2020). Pengaruh media sosial dan celebrity endorser terhadap minat beli ulang dengan brand trust sebagai variabel intervening (studi kasus pada pelanggan ms glow aesthetic clinic malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(10).
- Simamora, B. (2008). Panduan Riset Perilaku Konsumen (Sukoco (ed.); 3rd ed.). Gramedia Pustaka Utama.

- Singh, V., Sharma, M. P., Jayapriya, K., Kumar, B. K., Chander, M. A. R. N., & Kumar, B. R. (2023). *Service quality, customer satisfaction and customer loyalty: A comprehensive literature review. Journal of Survey in Fisheries Sciences*, 10(4S), 3457-3464.
- Samuel, R., & Ramadhan, T. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Price Discount Terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks Coffe (Studi Kasus Starbucks Coffee Green Pramuka). *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 8(4), 5041-5048.
- Sarwono, J. (2007). *Analisis Jalur (Path Analysis) untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Penerbit Andi.
- Setiyani, U., & Maskur, A. (2022). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, atmosphere cafe terhadap kepuasan pelanggan. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 702-709.
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 26-33.
- Sihombing, M. M. (2021). Peran Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Kafe. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(2), 195-208.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Bidang Ilmu Sosial, Administrasi, dan Bisnis*. Rajawali Pers.
- Sitompul, S. Z., & Andarini, S. (2025). The influence of product quality and brand image on repurchase intention through *customer satisfaction* as an intervening variable (A study on Kopi Kenangan customers in Surabaya). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(3), 10692-10706.

- Sofiah, H., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Kualitas pelayanan, kualitas makanan dan Harga terhadap Kepuasan. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 2(2), 394-409.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa pengaruh *service quality*, *food quality*, dan *price* terhadap kepuasan pelanggan restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-10.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Penerbit Andi.
- Utomo, A. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas dan Pembelian Ulang Produk Kopi Kekinian. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(4), 310-322.
- Widyasari, K. A., & Suparna, G. (2022). The role of brand image in mediating the effect of celebrity endorsers on repurchase intention. *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 179-183