

DAFTAR PUSTAKA

- Al Shabiyah. (2019). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Sepatu Sneakers Merek Converse). *Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya*, 108.
- Alifah, L. (2021). *Pengaruh Cafe Atmosphere, Food Quality dan Service Quality terhadap Repurchase Intention (Studi pada Konsumen Angkringan Mukti)*. Universitas Putra Bangsa.
- Anas, K., & Muhajirin, M. (2020). Pengaruh Gaya Hidup (Life Style) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantin Yuank Kota Bima. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 131-138.
- Aressa, D. (2012). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Repurchase Intention (Studi pada Pengunjung 7 Eleven Tebet Saharjo). *Jurnal FISIP UI*.
- Assael. (2010). Consumer Behavior: A Strategic Approach. *European Journal of Marketing*, 35(11).
- Barusman, T. M. V., Barusman, A. R. P., Warganegara, T. L. P., & Marcellino, R. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Customer Experience Terhadap Customer Revisit Intention Pada Coffee Shop Di Bandar Lampung. *Visionist*, 11(1), 1–8.
- Berman, & Evans. (2013). *Retail Management: A Strategic Approach, Eleventh Edition; Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall. Hal.508&509*.
- Edgar, T., & Ellitan, L. (2024). The Influence of Food Quality and Service Quality on Repurchase Intention Through Customer Satisfaction. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 5(2), 90-105.
- Fajrian, F. N., & Trenggana, A. F. M. (2020). Penelitian yang dilakukan oleh Fajriani & Trenggana (2020) juga menunjukkan bahwa lifestyle berpengaruh secara positif terhadap repurchase intention. *ProBank*, 5(1), 68–82.
- Fakhrunisa, S. A. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 372 KOPI DI BANDUNG*. 4(1), 88–100.
- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. CV Budi Utama.
- Fuzir, F. N. A., & Rahman, M. K. B. A. (2020). The Mediating Effect of Customer Satisfaction on the Relationship Between Service Quality,

Relationship Quality, Relationship Quality, Perceived Value, and Perceived Price Towards Repurchase Intention in the Fast Food Industry. *Social and Management Research Journal*, 17(2), 371-397.

Ghezelbash, S., & Khodadadi, H. (2017). Evaluating the impact of promotion price, product quality, service quality, customer satisfaction and repeating purchase incentives (Case Study: Amiran Chain Stores). *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(8), 1-17.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Grubor, A., & Milićević, N. (2015). Measuring On-shelf Availability of FMCG Products. *Industry/Industrija*, 43(1).

Hidayat, D., Bismo, A., & Basri, A. R. (2020). The Effect of Food Quality and Service Quality Towards Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study of Hot Plate Restaurants). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(01), 01–09.

Igiasi, T. S. (2017). Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjung Pinang. *Jurnal Masyarakat Maritim*, 1(1), 19–28.

Jerry, C. O., & Peter, J. P. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Buku 2 (9th ed.).

Knight, & Kotschevar. (2007). *Quantity Food Production and Planning*. Singapore : John Wiley and Sons Australia Ltd.

Knight, & Kotschevor. (2000). *Quality Food Production Planning and Management: 3rd Edition*. Canada: Simultaneously.

Kotler dan Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Kotler, P. (2009). *Dasar-dasar Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management, 14e* (Global). Pearson.

Lestari, A., & Faizin, M. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Variasi Produk terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus Warunk Upnormal Cabang Gresik). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen “Gema Ekonomi*, 9(1), 85-97.

Levy, & Weitz. (2012). *Retailing Management Information Center*. McGraw Hill Higher Education. .

- Margaretha, & Edwin. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image Terhadap Keputusan Pembeli Roti Kecil Took Roti Ganep's Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Marliyanti, N. Pengaruh Lifestyle, Brand Image, Dan Persepsi Harga, Terhadap Repurchase Intention Kopi Ready To Drink (Rtd).
- Medhiatika, N. L. M. V. (2018). Geliat Wirausaha Muda Dalam Melestarikan Kopi Lokal Bali. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 1(2).
- Meldarianda. (2010). Pengaruh Suasana Toko terhadap Minat Beli Konsumen pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1).
- Mowen, J.C., dan Minor, M. (2012). Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga.
- Namkung, Y., & Jang, S. (2007). Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intentions. *Journal of hospitality & tourism research*, 31(3), 387-409.
- Nawawi, A. M. (2022). *PENGARUH CAFÉ ATMOSPHERE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Nugraheni, P. N. A. (2003). Perbedaan kecenderungan gaya hidup hedonis pada remaja ditinjau dari lokasi tempat tinggal. *Skripsi (Tidak Diterbitkan)*.
- Nugroho, W. F., & Edwar, M. (2015). Pengaruh Café Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Rolag Kopi Surabaya.
- Oktafiana, E., Kurniawan, B., & Gultom, H. C. (2024). Pengaruh Cafe Atmosphere dan Customer Experience terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Customer Senja di Origo). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(6), 91–99.
- Prastyaningsih, A. S., Suyadi, I., & Yulianto, E. (2014). *ENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REPURCHASE INTENTION (NIAT MEMBELI ULANG)* (Survei pada Konsumen KFC Di Lingkungan Warga RW 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan) . *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.
- Priyanto, R. (2022). The Effect of Store Atmosphere, Country of Origin, and Lifestyle on Repurchase Intention at the Ramen Store in Bandung City. *Media Wisata*, 20(2).

- Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y Pada Old Bens Cafe. *Jurnal Manajemen Maranatha*, Vol. 16, No. 2. Bandung : Universitas Nurtanio, 135.
- Putri, G. J. E. (2013). *Fungsi Coffe Shop Bagi Masyarakat Surabaya* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Putri, M. A., & Pratito, D. W. (2023). Usaha Kuliner Toko Roti (Studi Kasus Toko Roti Galaxy Bakery Ungaran). 15(3). 82–94.
- Putri, T. A., Hariani, C., & Malik, D. (2020). The Effect Of Product Quality And Product Price With Service Quality As Moderated Variables To Purchase Decisions “(Study At Kop! Coffee Shop In Semarang). *Pandanaran Journal of Management*, 6(1).
- Qin, H., Prybutok, V. R., & Zhao, Q. (2009). Perceived service quality in fast-food restaurants: Empirical evidence from China. *Nternational Journal of Quality & Reliability Management* , 27(4), 424–437.
- Restuputra, P., Dio, M., & Rahanatha, G. B. (2020). Promosi penjualan, store atmosphere, dan brand image berpengaruh terhadap repurchase intention . *Doctoral Dissertation, Udayana University*.
- RINDIANI, N. L. (2022). *Pengaruh Lifestyle, Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Repurchase Intention Pada Starbucks Coffee Level21 Mall Denpasar* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Rizqiani, K. (2024). *Pengaruh Experiential Marketing, Cafe Atmosphere, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Konsumen Geisa Coffee Wonopringgo)* (Doctoral dissertation, UIN. KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Rohmawati, I. (2019). Pengaruh Cafe Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Dapurane Tia Kedungadem-Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).
- Ronald, H., & Soedibyo, Y. (2024). *ANALISIS PENGARUH FOOD QUALITY, MENU VARIETY, HEALTH ORIENTED, CONVENIENCE DAN REASONABLE PRICE TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI PERCEIVED VALUE PADA COFFEE CROWD DI MEDAN*. Universitas Pelita Harapan Surabaya.
- Salsabilah, T., & Sunarti. (2018). *Pengaruh Food Quality, Dining Atmosphere, Dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Ria Djenaka Shining Batu*. Universitas Brawijaya.

- Satria, P. R. (2019). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP REPURCHASE INTENTION (Studi Kasus Pada Konsumen Filosofi Kopi Melawai, Jakarta Selatan). *Bachelor's Thesis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Jakarta*, 36.
- Septiawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Doctoral Dissertation, Universitas Lampung*.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3)*.
- Setiawan, M. F. (2013). Analisa pengaruh food quality dan brand image terhadap keputusan pembelian roti kecil toko roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Simamora, H. (2000). *Manajemen pemasaran internasioanal Jilid 1 (1st ed.)*.
- Sitepu, S. A., Sembiring, B. K. F., & Situmorang, S. H. (2023). The Effect of Servicescape and Lifestyle on Repurchase Intention with Mediation of Persuasion on Soeta Dining Hall Cafe Binjai. *International Conference of Business and Social Sciences*, 3(1), 1–17.
- Soleha, M. K., Wijayantini, B., & Hermawan, H. (2022). Analisis Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tape Prima Rasa. *Baswara: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 113-122.
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer behavior: Buying, having, and being (12th ed.)*. Pearson.
- Spence, C. (2020). Extraordinary emotional responses elicited by auditory stimuli linked to the consumption of food and drink. *The Acoustical Society of Japan*.
- Stevanie, C. (2020). Pengaruh Food Quality dan Online Customer Review terhadap Customer Perceived Value dan Repurchase Intention pada Toko Makanan Korea Online Kimchingu. *Agora*, 8(1), 358363.
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental metodologi penelitian kuantitatif (eksplanatif)*. Deepublish.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–10.

- Sugiyono, 2010 Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta. (ISBN: 978-979-8433-10-8)
- Sugiyono, S. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. *Bandung: Alfabeta*, 1(11).
- Suharto, G. P. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gigggle Box Cafe & Resto Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 118-129.
- Suryani, & Koranti. (2022). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 183–198.
- Triana, D., Sukoco, H., Farisi, H., & Safitri, A. (2024). Pengaruh Suasana Cafe, Gaya Hidup, Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Cafe. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 6492-6501.
- Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat.
- Utami, S. P. (2013). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Brand Image Gigggle Box Cafe & Resto Bandung 2012 (Studi Kasus Gigggle Box Cafe & Resto Pusat Jalan Progo).
- Weliani, S. (2015). Analisa Pengaruh Food Quality, Service Person Customer Orientation, Dan Physical Environment, Terhadap Repurchase Intention, Melalui Customer Satisfaction. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 39–61.
- Wijaya, A. S. (2017). *Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Konsumen Sahabat Kopi di Wilayah Ciputat)*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Wiwoho, G. (2014). Pengaruh Café Atmosphere, Food Quality dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2), 191–201.
- Wulanjani, H., & Derriawan, D. (2017). Dampak utilitarian value dan experiential marketing terhadap customer satisfaction dan revisit intention. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 259329.