

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. , & J. (2020). *Partial least square (PLS): Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis (Edisi terbaru)*.
- Abdul Jalil, N. A., Fikry, A., & Zainuddin, A. (2018). Impact of Dining Café Atmospheric on Youth Behavioural Intention. *Asian Journal of Behavioural Studies*, 3(13), 78. <https://doi.org/10.21834/ajbes.v3i13.145>
- Abdul, O. :, & Jannang, R. (2016). OPTIMALISASI SERVICE QUALITY PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KOTA TERNATE. In *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)* (Vol. 5, Number 2).
- (*Alam & Sarpan, 2022*). (2022).
- Alessandro, M. J. (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. 257-269. *Journal of Management Science (JMAS)*, 257–269.
- Alfin, M. R. , & N. S. (2017). Pengaruh store atmosphere pada kepuasan pelanggan yang berimplikasi pada loyalitas pelanggan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 249–258.
- Angriani, A. (2018). Pengaruh Varian Menu dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Catering Ukhuwah di Makassar. *Skripsi Sarjana. Makassar: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Aqsony, Y. B., Soebandhi, S., & Wulandari, A. (2020). The Effect of Green Marketing, Brand Image, and Atmosphere Store On Purchasing Decisions In Arei Adventure Store Surabaya 3. *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(3). <https://doi.org/10.35877/454ri.qems1391>
- Aulia, H. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Berulang Wisatawan Milenial ke Bukittinggi. *AMAR (Andalas Management Review)*, 1–17.
- Banat, A. , & W. H. S. T. (2012). Store design and store atmosphere effect on customer sales per visit economics. *Management and Behavioral Sciences*, 84–89.
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN. In *pemasaran dan kepuasan pelanggan*.
- Ernawati, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Surabaya". *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–18.

- Fadhilah, R. E. , & N. B. M. (2024). Peran Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. . *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*.
- Fatimah, N. , & S. H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Kafe, dan Variasi Menu terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kafe 7 Bintang Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Ekonom*.
- Ferils, M., & Wahyunianti Dahri, N. (n.d.). *Pengaruh Customer Experience Dan Customer Satisfaction Terhadap Revisit Intention (Studi Kasus Pada Tamu Wisma Ilham Kabupaten Mamuju)*.
- Fiona, F. (2021). Pengaruh Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan Drive in Senja. *Doctoral Dissertation, Universitas Multimedia Nusantara*.
- Ghozali, I. & L. H. (2015). Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi. Menggunakan Program SmartPLS 3.0. . Semarang: Badan Penerbit. Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2016). Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, W. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Kafe Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Kafe Gapura Lawas Desa Teluk Panji Kecamatan Kampung Rakyat). *Skripsi Sarjana. Medan: Universitas Medan Area*.
- Hair, F. J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *Pemodelan Persamaan Struktural Kuadrat Terkecil Parsial (PLS-SEM) Menggunakan R*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021a). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021b). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Haristianti, V. (2021). Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Coffee Shop Melalui Penilaian Kinerja Elemen Interior. Studi Kasus: Kafe dan Coffee Shop di Kawasan L.R.E Martadinata, Bandung. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 4(2), 196–209. <https://doi.org/10.17509/jaz.v4i2.31609>
- Herdiana, H., Budianto, A., & Setiawan, I. (2022). *PENGARUH PERCEIVED VALUE DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION (Suatu Studi Pada Konsumen Kedai Kopi Biji Ciamis)* (Vol. 4).
- Iba, Z. (2023). *METODE PENELITIAN*. EUREKA MEDIA AKSARA.

- Jayadi, J., Putra, E. I., & Murwani, I. A. (2022). The Implementation of S-O-R Framework (Stimulus, Organism, and Response) in User Behavior Analysis of Instagram Shop Features on Purchase Intention. *Scholars Journal of Engineering and Technology*, 10(4), 42–53. <https://doi.org/10.36347/sjet.2022.v10i04.003>
- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran Edisi I*. Erlangga.
- Kotler, P., & A. G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (12 ed.)*. Erlangga.
- Kotler, P., & K. K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (12 ed.)*.
- Kusumaningrum, S., Rachma, N., & Khoirul ABS, M. (2022). *e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unisma Angkatan 2018) Oleh. www.fe.unisma.ac.id*
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. In *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e* (Vol. 2, Number 3).
- Mais, M., Wellin Juliana Ogi, I., Ch Raintung, M., & Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, J. (2024). *THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, CAFE ATMOSPHERE, AND CUSTOMER EXPERIENCE ON REVISIT INTENTION AMONG YOUNG PEOPLE AT DE"KERSEN CAFE MANADO*. 12(1), 37–49.
- Mariyam, S., S. D. P., & S. R. N. (2020). Pengaruh Destination Image dan Perceived Value terhadap Revisit Intention melalui Tourist Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Wisatawan Domestik di Kota Bukittinggi". *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 45–55.
- Mega Cheyla Pinontoan, Y., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2019). *THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIATION, CONSUMER DISSATISFACTION, AND COMPETITOR PRODUCT ADVERTISEMENT ON BRAND EXCHANGING DECISION FROM FACIAL CLEANSER CLEANER ON COOL SUPERMARKET TOMOHON*. 7(4), 5753–5762.
- Mubayyanah, A. K. F. R. Abd. R. (2021). RAGAM MENU, HARGA, DAN LOKASI: PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN RESTORAN? *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*.
- Muhammad Anzhar Pratama & Fansuri Munawar. (2025). *PENGARUH CAFÉ ATMOSPHERE, FOOD QUALITY, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP CUSTOMER EXPERIENCE DAN DAMPAKNYA PADA REVISIT INTENTION DI KOPI MERDEKA SUKABUMI*.
- Munwaroh, U. L., & R. S. (2021). Analisis Pengaruh Cafe Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan

- Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. ., *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1030–1046.
- Nguyen Huu, T., Nguyen Ngoc, H., Nguyen Dai, L., Nguyen Thi Thu, D., Truc, L. N., & Nguyen Trong, L. (2024). Effect of tourist satisfaction on revisit intention in Can Tho City, Vietnam. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2322779>
- Nurdianty, C. (2021). Pengaruh Pengalaman Pasien Dan Citra 15 Puskesmas Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Batujaya Karawang. *Journal of Economic, Business Accounting*, 665–672.
- Özdemir, B., & NebiOğlu, O. (2018). Use of menu design techniques: Evidences from menu cards of restaurants in Alanya. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 6(2), 205–227. <https://doi.org/10.30519/ahtr.440123>
- Pratomo, B. W., Fakultas, S., & Administrasi, I. (2017). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP SHOPPING EMOTION DAN IMPULSE BUYING (Studi Pada “Supermarket Giant” Dinoyo Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 50, Number 1).
- Purba, T. putri. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Gaya Hidup, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Pelanggan Jabu Cafe Berastagi. *Skripsi Sarjana. Sumatera Utara: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara*.
- Purnomo, H. (2023). *Analisis Gaya Hedonis*.
- Rahmadi, N., & Pebrianti, W. (2025). Café Atmosphere, Food Quality, and Variety: Impact on Revisit Intention via Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(6), 80–97. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15791290>
- Renda, J., & Situmorang, T. P. (2024). Pengaruh Atmosfer Cafe, Positive Emotion dan Revisit Intention terhadap Citra Cafe (Studi pada Kafe Di Kota Waingapu). *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 675–683. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13773>
- Ridho, H. T. and D. Octavia. (2022). “Analisis Of Customer Experience (CX) Online Shopping For Fashion Product In Indonesia (Case Study Customers Online Shopping for Fashion Products in Indonesia). *E Proceeding of Management* 3, 199–205.
- Riskawati, R. , & S. N. P. (2024). Pengaruh Lifestyle, Cafe Atmosphere, dan Customer Experience terhadap Revisit Intention pada De’Kersen Cafe Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 123–134.
- Santoso, C. N. (2023). *PENGARUH E-DESIGN & E-REVIEW BRAND ROUGHNECK 1991 TERHADAP ONLINE IMPULSE BUYING PADA E-COMMERCE SHOPEE* (Vol. 6).
- Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE*

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KULINER LOKAL SOTO MBOK GEGER PEDAN KLATEN (Vol. 3, Number 2). Juni-September. <http://bisnisman.nusaputra.ac.id>

Sihombing, A. & Maryono (2022). (2022).

Sinambela, E. (2021). *Examining the Relationship between Tourist Motivation, Touristic Attractiveness, and Revisit Intention*.

Sinambela, L. P. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Graha Ilmu.

Sugiyono, S. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* .

Sugiyono, S. , & L. P. (2021). Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional). ..*Alvabeta Bandung, CV*.

Tjiptono, F. , & D. A. (2016). *Pemasaran, Esesi dan Aplikasi*.

Tosun, C. , D. B. B. , & F. A. (2015). Destination service quality, affective image and revisit intention: The moderating role of past experience. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4, 222–234.

Vito, M. N. , R. M. , D. H. L. , & C. D. (2024). Analisis Atmosfer Café dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian di Coffeee Shop Tangerang Selatan". *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 166–172.

Widya Amrita, J., & Manajemen, J. (2021). *Pengaruh Variasi Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Repurchase Intention Putu Krisna Adwitya Sanjaya* (2) *Mirah Ayu Putri Trarintya* (3) (1)(2) (3. 1(2).

Yuliani, Rizkiana. (2023). “Pengaruh *Servicescape* Dan *Customer Experience* Terhadap *Loyalitas Pelanggan* Melalui *Kepuasan Pelanggan* Sebagai *Variabel Intervening*. 82–84.

Zeithaml, V. A. (2018). Service Quality Dimensions. *Services Marketing Integrating*.