

REFERENCES

- Adixio, R. F., & Saleh, L. (2013). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI YANG DIRASAKAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG MELALUI MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN SOLARIA DI SURABAYA. *Journal of Business and Banking*, 3(2), 151-164. <http://dx.doi.org/10.14414/jbb.v3i2.233>
- Albesta, M. (2018). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Warunk Upnormal. 1-125. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/163670/1/MICHAEL%20ALBESTA.pdf>
- Ali, B. J., Saleh, P. F., Akoi, S., Abdulrahman, A. A., Muhamed, A. S., Noori, H. N., & Anwar, G. (2021). Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms. *International journal of Engineering, Business and Management*, 5(2), 65-77. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.2.6>
- Alifah, Islah. (2020). PENGARUH SHARIA COMPLIANCE, GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN KOMPETENSI AMIL ZAKAT TERHADAP PENGELOLAAN DANA ZAKAT (STUDI KASUS PADA BAZNAS (BAZIS) DKI JAKARTA). 34-46. <http://repository.stei.ac.id/2117/>
- Andra, A. A., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kepuasan terhadap Minat Beli Ulang dengan Citra Toko sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(6), 2582-2596. <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i6.3099>.

- Andriani, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Resto Terhadap Keputusan Pembelian Pada café and Resto Sugar Rush di Bontang. *eJournal Administrasi Bisnis*, 8(1), 26-34. <https://core.ac.uk/download/pdf/304923479.pdf>
- Anjarsari, G. E., Suprpti, N. W. S., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Lingkungan Fisik Restoran Terhadap Kepuasan Serta Niat Perilaku. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 1347-1374.
- Avianty, V., Waloejo, H. D. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CAFE STOVE SYNDICATE SEMARANG. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 8(2), 67-72. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/23662/21539>
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 3, 14-34. <https://dx.doi.org/10.17605/OSF.IO/TC2FE>
- Baron, Reuben & Kenny, David. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182. <https://dx.doi.org/10.1037//0022-3514.51.6.1173>.
- Bayraktar, E., Tatoglu, E., Turkyilmaz, A., Delen, D. and Zaim, S. (2012), “Measuring the efficiency of customer satisfaction and loyalty for mobile phone brands with DEA”, *Expert Systems with Applications*, Vol. 39, pp. 99-106.

- Benoit, S., Klose, S., & Ettinger, A. (2017). Linking service convenience to satisfaction: dimensions and key moderators. *Journal of Services Marketing*, 31(6), 527-538.
<https://doi.org/10.1108/JSM-10-2016-0353>
- Bhandari, P. (2020). *Population vs Sample / Definitions, Differences & Examples*. Scribbr.
<https://www.scribbr.com/methodology/population-vs-sample/>
- Binaraesa, N. N. P. C., Hidayat, I., & Lestariningsih, M. (2021). Store Atmosphere Memoderasi Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Moonk Cartil & Cafe Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 61-68.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.61-68>
- Cahyo, A. M. (2019). PENGARUH KUALITAS JASA, KUALITAS MAKANAN, KUALITAS FISIK DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS MEREK. STUDI EMPIRIS PADA CAFE DI YOGYAKARTA. 6-13.
<https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/18329>
- Carolina, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makan pada Kepuasan Konsumen K-Sushi. *Journal Agora*, 7(2), 1-7.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/9109>
- CFNS. (2020). *Tantangan dan Tren Pola Konsumsi Masyarakat di Indonesia Berubah?*. CFNS. <https://cfns.ugm.ac.id/2020/10/06/tantangan-dan-tren-makanan-di-indonesia-berubah/>
- Chandra, H., & Siaputra, H. (2020). PENGARUH KUALITAS MAKANAN, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG DI RESTORAN XYZ SURABAYA DENGAN KEPUASAN KONSUMEN

SEBAGAI MEDIATOR. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(2), 133-142.

<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/10559>

Chen, H.S & Hsieh, T. 2011. Study of Antecedents of customer Repurchase Behaviors in Chain Store Super-markets, *Journal of International Management Studies* 6,3: 1-11.

CNN Indonesia. (2021). *Survey CNN Indonesia: 86,2 Persen Orang Pilih Makan di Rumah*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210728064746-255-673079/survei-cnn-indonesia-862-persen-orang-pilih-makan-di-rumah>

Cooper, D.R., Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods*. McGraw Hill Education.

Djan, I., & Adawiyyah, S. R. (2020). The Effect of Convenience and Trust to Purchase Decision and Its Impact to Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Economics Research*, 9(4), 263-269. <http://dx.doi.org/10.11648/j.ijber.20200904.23>

Efendy, S., & Widyani, A. I. (2018). TINJAUAN ANTROPOMETRI KURSI TERHADAP KENYAMANAN PENGUNJUNG STUDI KASUS CAFE COMMON GROUNDS NEO SOHO JAKARTA. *Jurnal Ilmiah Desain Interior*, 1(1), 89-98. <http://dx.doi.org/10.24912/mzn.v1i1.2956>

Fadjri, A., & Silitonga, P. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PIZZA MARZANO PONDOK INDAH MALL 2. *Eduturisma*

Jurnal of Tourism and Education, 3(2), 1-20.

<http://ejournal.akpindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/view/1189/720>

Fitriyanto, E. (2017). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CAFE PANAS DALAM. 1-127.

<http://repository.unpas.ac.id/15865/3/OVERALL%201-5%20EKO%20NEW.pdf>

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Grant, M. (2019, April 24). *Coefficient of Determination*. Investopedia.

<https://www.investopedia.com/terms/c/coefficient-of-determination.asp>

Hair et al. (2010). *Factor Analysis in Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Inc.

Harefa, A. S., Naibaho, P. D. R., & Rahmawati, A. L. (2018). Persepsi Penghuni Terhadap Kenyamanan Beraktivitas di Ruang Terbuka Perumahan. *Jurnal Seminar Arsitektur*, 37-46. <https://media.neliti.com/media/publications/282659-persepsi-penghuni-terhadap-kenyamanan-be-5ddf889a.pdf>

Hidayat, T. (2018). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) terhadap Keputusan Pembelian. (Survei pada Konsumen Distribution Store Inspired27 Kota Malang).

1-119. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/162993/1/Taufik%20Hidayat.pdf>

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(1), 1-9.

<https://doi.org/10.22219/jmb.v10i1.11913>

- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. ANDI Publisher.
- Indriastuty, N., Hadiyatno, D., & Juwari. (2017). STORE ATMOSPHERE MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RETAILER GIANT EKSTRA BALIKPAPAN. 269-283.
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/6724/4877>
- Ing, P. H., Lin, N. Z., Xu, M., & Thurasamy, R. (2019). Customer loyalty in Sabah full service restaurant. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(7), 1407-1429. <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2019-0437>
- Jamdes, Maulida, N. & Subhan, Subhan & Prayogo, & Youdhi. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Pelayanan dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Clave Cafe Kota Jambi. 1-75.
<http://repository.uinjambi.ac.id/543/1/SES141428%20Nur%20Maulida%20Jamdes%20Ekonomi%20Syariah%20-%20Aris%20Cahyo.pdf>
- Janna, N. M. (2021). KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Jannah, & Quswatul, E. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFE BUKIT NIRWANA PUJON. 10-38.
<https://eprints.umm.ac.id/61236/>
- Kamaru, T., & Kurniati, A. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Usaha Kecil

- Menengah Monster Shaker Cafe. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 82-98.
<https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/manajemen/article/view/455>
- Katarika, D. M., & Syahputra. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Ecodemica Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(2), 162-171. <https://doi.org/10.31294/jeco.v1i2.1566>
- Kontan. (2021). *Ternyata Ini Alasan Anak Milenial Suka Nongkrong di Cafe*. Kontan.
<https://lifestyle.kontan.co.id/news/ternyata-ini-alasan-anak-milenial-suka-nongkrong-di-cafe>
- Krisdianti, D. L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. 1-118.
<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/172726/1/DIKA%20LAMBANG%20KRISDIANTI%20%282%29.pdf>
- Kristanto, J. O. (2018). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CAFE ONE EIGHTEENTH COFFEE. *Journal Agora*, 6(1) 1-11.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6498>
- Lau, H. B., Bunga, M., & Ndoen, W. (2019). The Effect of Consumers Satisfaction on Repurchase Intention (Study on Pink Jaya Tofu Factory in Kupang City). 246-253.
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200522.047>
- Lestari, M., Djaelani, A. K., & Millanintyas, R. (2021). Pengaruh Kualitas Makanan, Suasana Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Cafe Photokopi di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(4), 62-76.
<https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/manajemen/article/view/455>

- Lidwina, A. (2020). *Masyarakat Lebih Sering Memasak di Rumah sejak Pandemi Covid-19*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/07/masyarakat-lebih-sering-memasak-di-rumah-sejak-pandemi-covid-19>
- Lorwens, M. A. (2021). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL MEREK SPECS (Studi Kasus di Toko Online Sportaways.com). 1-254. https://katalog.ukdw.ac.id/5075/1/11160026_bab1_bab5_daftar%20pustaka.pdf
- Manalu, V. G., & Akbar, I. (2019). Effect of Service Quality on Customer Satisfaction Through Brand Experience and Brand Awareness in Postal and delivery Services. *Indonesian Journal of Business and Economics*, 2(1), 236-241. <https://doi.org/10.25134/ijbe.v2i1.1862>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146. <https://doi.org/10.33557/jibm.v3i2.1106>
- Martiana, R., & Apriani, S. (2019). Pengaruh Kualitas produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Deumdee Rangkasbitung. *The Asia Pasific Journal of Management Studies*, 6(2), 121-134. <http://dx.doi.org/10.55171/.v6i2.335>
- Masitoh, M. R., & Widikusyanto, M. J. (2017). PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN PADA NIAT BELI ULANG SECARA ONLINE. *Jurnal Sains Manajemen*, 3(1), 50-69. <https://doi.org/10.30656/sm.v3i1.293>

- Maulidya, A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN MARKETING MIX TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SEMUSIM CAFE KOTA MALANG). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 10(2), 205-212.
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/12919>
- Monareh, P. A. A., Worang, F. G., & Rumokoy, F. S. (2017). Comparative Analysis of Physical Environment, Food Quality and Price Fairness Between Male and Female Customers of Japanese Food Restaurants in Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2460-2468.
https://web.archive.org/web/20180521190833id_/https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/16726/16243
- Mulyana, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN SHAO KAO KERTAJAYA MELALUI KEPUASAN PELANGGAN. *Journal Agora*, 7(2), 1-8.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/9559>
- Nastiti, A., & Astuti, S. R. T. (2019). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGANDAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TAKSI NEW ATLASDI KOTA SEMARANG. *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 126-136.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/25951/23141>
- Nurrahmah, A., Rismaningsih, F., Hernaeny, U., Pratiwi, L., Wahyudin, Rukyati, A., Yati, F., Lusiani, Riaddin, D., & Setiawan, J. (2021). Pengantar Statistika 1. 1-45.

https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vm1XEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA33&dq=pengertian+populasi+dan+sampel&ots=N_Vbcwmbli&sig=mNQL2sCRaMEcSt5MHjwCiRPBAk&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian%20populasi%20dan%20sampel&f=false

Nyarmiati, & Astuti, S. R. T. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng BaBe Kabupaten Pati). *Diponegoro Journal of Management*, 10(2), 1-14.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/30985/25444>

Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN YANG DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1), 55-79. <http://dx.doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870>

Peburiyanti, D., & Sabran. (2020). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA BUTIK KANABINI DI TENGGARONG. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia*, 20(1), 29-39. <https://doi.org/10.53640/jemi.v20i1.771>

Pratiwi, R. S., Soebandi, S., & Dharmani, I. G. A. A. N. (2020). The Influence of Service Quality, Price Perception, and Store Atmosphere On Repurchase Intention (Case Study at The Teras Atas Cafe Surabaya). *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(2), 147-156. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems81>

Primus, J. (2016). *Masyarakat Perkotaan Pilih Makan dan Minum di Luar Rumah*. Kompas.

<https://money.kompas.com/read/2016/10/18/181037526/masyarakat.perkotaan.pilih.makan.dan.minum.di.luar.rumah>

Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Gen Y pada Old Bens Café. *Journal Manajemen Maranatha*, 16(2), 133-144.
<https://doi.org/10.28932/jmm.v16i2.384>

Putra, K. A. G. K., & Seminari, N. K. (2020). KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN KEWAJARAN HARGA BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN THE OLD CHAMP CAFÉ. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 9(10), 3423-3442.
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i10.p01>

Rahmawati, D., Rahadhini, M. D., & Sumaryanto. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei Pada Konsumen Marakez Café di Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(1), 86-97. <https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/4371>

Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, STORE ATMOSPHERE DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TEPI BARAT RUMAH KOPI RUNGKUT SURABAYA. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(6), 1-16.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072/3088>

- Ramya, N., Kowsalya, A., & Dharanipriya, K. (2019). Service quality and Its Dimensions. *EPRA International Journal of Research & Development*, 4(2), 38-41.
https://www.researchgate.net/publication/333058377_SERVICE_QUALITY_AND_ITS_DIMENSIONS#:~:text=business.,of%20business.
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA RUMAH KECANTIKAN SIFRA DI PATI. *Diponegoro Journal of Management*, 0, 28-39.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13437/12993>
- Reynaldo. (2019). Pengaruh service convenience dan service quality terhadap customer satisfaction di ekspedisi BC Trans Surabaya. 5-13.
<https://dewey.petra.ac.id/catalog/digital/detail?id=44849>
- Riskiyah, N., Kunaifi, A., Martin, & Asyari, Q. (2020). STORE ATMOSPHERE DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN KAPAL JODOH BATU MARMAR PAMEKASAN. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 8(2), 54-62.
<https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v8i2.158>
- Roberto, R., & Sinaga. (2021). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN YANG DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN. 10-40.
<https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-applied-management/article/view/870>

- Rofi'ah, M. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Navila Cafe. *BIMA: Journal Business and Innovation Management*, 2(2), 234-245. <https://doi.org/10.33752/bima.v2i2.141>
- Rooroh, C. A. M., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. R. (2020). PENGARUH SUASANA CAFE, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA CAFE CASA DE WANEA MANADO). *JURNAL EMBA: JURNAL RISET EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 8(4), 130-140. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.30599>
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI PADA RANCH MARKET. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/766/675>
- Sajid, M. N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, dan Persepsi Harga Di Restoran Cepat Saji Terhadap Niat Berperilaku. 9-16. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/18326>
- Saleha, M. D. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada Cafe Terrace Fakultas Teknik di Universitas Negeri Jakarta). 11-37. <http://repository.stei.ac.id/1878/>
- Sambara, J., Tawas, H. N., & Samadi, R. L. (2021). Analysis of The Effect of Product Quality, Service Quality and Store Atmosphere on Customer Satisfaction at Cafe 3.AM Koffie Spot Manado. *JURNAL EMBA: JURNAL RISET EKONOMI*,

MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI, 9(4), 126-135.

<https://doi.org/10.35794/emba.v9i4.36149>

Santoso, S. (2006). *Menggunakan SPSS untuk Statistik Non Parametrik*. PT Elex Media Komputindo.

Satriananda, & Mufti, M. (2018). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CAFÉ BVGIL GELATO. 8-24.

<http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/41444>

Savitri, I. A. P. D., & Wardana, M. (2018). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN NIAT BELI ULANG. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5748-5782.

<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p19>

Serhan, M., & Serhan, C. (2019). The Impact of Food Service Attributes on Customer Satisfaction in a Rural University Campus Environment. *International Journal of Food Science*, 1-12. <https://doi.org/10.1155/2019/2154548>

Setyono, D., Widyanata, O. Y., Siaputra, H., & Jokom, R. (2017). ANALISA PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN KONIG COFFEE & BAR. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 5(1), 1-14. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/5268>

Sholihah, I. A. (2020). PENGARUH SUASANA CAFE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MERDEKA CAFE NGANJUK.

Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 8(1), 750-756.

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/34247/30474>

- Silva, M. E. D. (2020). QUALITY OF SERVICE AND PRICE PERCEPTION AFFECT CUSTOMER LOYALTY WITH CONSUMER SATISFACTION AS A MEDIATION VARIABLES. *Journal of Advanced Management and Business*, 1(2), 25-31. <https://doi.org/10.37802/jamb.v1i2.144>
- Streefkerk, R. (2018). *Primary vs Secondary Sources | Explained with Easy Examples*. Scribbr. <https://www.scribbr.com/citing-sources/primary-and-secondary-sources/>
- Streefkerk, R. (2019). *Qualitative vs. Quantitative Research | Differences, Examples & Methods*. Scribbr. <https://www.scribbr.com/methodology/qualitative-quantitative-research/>
- Suastini, I. A. K. S., & Mandala, K. (2019). PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI PENJUALAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN. *E-Jurnal Manajemen*, 8(1), 7044-7072. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i1.p4>
- Subiyantoro, A. T. (2021). THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, CONVENIENCE, PRICE, PRODUCT QUALITY, ON SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY FUNDING PT BANK MANDIRI IN SURABAYA. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(09), 177-193. https://www.ijebmr.com/uploads/pdf/archivepdf/2021/IJEBMR_835.pdf
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. In CV. Alfabeta: Bandung.
- Sunny, & Rodhiah. (2019). Pengaruh Pengalaman Belanja Online, Nilai Kenyamanan Terhadap Niat Pembelian Kembali Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi

- Pada Pelanggan Tokopedia. *Journal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(2), 335-343. <http://dx.doi.org/10.24912/jmk.v1i2.5094>
- Suyono. 2018. *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta. Deepublish.
- Syahroni, I., Lukiana, N., & Kasim, K. T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. 1(1), 206-212. <http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/39/37>
- Tamher, E. R., Tabelessy, W., & Tahapary, G. (2019). ATMOSFER CAFE PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN CAFE PASIR PUTIH DI KOTA AMBON. *SOSO-Q Jurnal Manajemen* 7(2), 97-112. <http://dx.doi.org/10.30598/sosoq.v7i2.1000>
- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 21-27. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23496.21-27>
- Tersiana, A. (2018). Metode Penelitian. 1-79. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian/rmL2DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=metode+penelitian&printsec=frontcover
- Tristar. (n.d.). *Food and Beverage Industry Overview: Why Bearing Materials Matter*. Tstar. <https://www.tstar.com/food-and-beverage-industry-overview>
- Wulandari, S. Z., Shafirayana, H. L., & Setyawati, S. M. (2021). Menciptakan Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Ulang: Studi Empiris Pada Bisnis Wisata Kuliner Kreatif. *PRAXIS Jurnal Sains, Teknologi, Masyarakat, dan Jejaring*, 4(1), 1-12. <https://doi.org/10.24167/praxis.v4i1.3174>

Yunisya, N., & Yulianti, A. L. (2017). PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI PADA KONSUMEN GIGGLE BOX CAFÉ & RESTO CIHAMPELAS WALK BANDUNG). *Jurnal Computech & Bisnis* 11(2), 120-131. <http://jurnal.stmik-mi.ac.id/index.php/jcb/article/view/165>

