

REFERENCES

- Alimin, E., et al. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Penerbit Seval Literindo Kreasi.
- Anggraeni, N., et al. (2023). *Pengantar Bisnis Kuliner*. Penerbit CV. Tohar Media.
- Ardisa, F. V., Sutanto, J., & Sondak, M. R. (2022). The Influence Of Digital Marketing, Promotion, And Service Quality On Customer Repurchase Intention At Hub22 Lounge & Bistro Surabaya. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 1203–1213
- Berman, B., et al. (2021). *Retail Management: A. Strategic Approach*. Global Edition, Edisi 13. Pearson Education Limited.
- Febriana, P. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazizaa Chicken And Pizza Dijambangan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 744-749.
- Febriyanto, N. A. & Widiartanto. (2021). Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan Burgerking Paragon Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10 (3), 1226-1238.
- Fuada, H. N. & Wulansari, N. (2024). Pengaruh Ambient Condition Terhadap Repurchase Intention Di Dua Pintu Coffe Padang. *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 2(1), 65-76.
- Hair, J.F., et al. (2019). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th Edition)*. In Pearson Prentice Hall, New Jersey.

- Halik, B. E. D., et al. (2021). Peran Dari Dimensi Brand Experience Restoran Dalam Menciptakan Brand Loyalty Dan Dampaknya Terhadap Brand Equity. *Indonesian Marketing Journal*, 1 (2), 80-96.
- Handayani, S., & Fauzi, R. U. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, Variasi Menu, Cita Rasa, Halal Awareness Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Restoran Mie Gacoan Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 5, September 2023, 1–16.
- Hariandja, E. S. (2021). Faktor Penentu Brand Equity Dan Pengaruhnya Pada Purchase Intention. *Ultima Management*, 13 (1), 1-22.
- Hasan, G., et al. (2023). Analisa Customer RelationShip Management pada UMKM Es potong Moex. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4 (2), 1402-1411.
- Hasibuan, E. J., et al. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 202–216.
- Hendrayani, E. & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Samudra Biru.
- Hulfa, I., et al. (2024). *Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Indranopa, R. & Hermanto, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Distro-Distro di Mataram). *Target : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 195-216.

- Ing, P. G., et al. (2020). Customer loyalty in Sabah full service restaurant. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(7), 1407–1429
- Isman, et al. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Ekuitas Merek, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung ke Tempat Wisata. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, . 7 (1), 30-36.
- Kezia, K., et al. (2023). The Influence Of Product Quality, Service Quality, And Store Atmosphere Towards Customer Repurchase Intention At Fat-Fat Restaurant In Bekasi. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(2), 722–731.
- Keni, K. & Clarissa, S. (2024). Factors Affecting Brand Loyalty At Hotpot Restaurant In Jakarta. *Jurnal Manajemen (e-JM)*, 28 (2), 365-386.
- Komalasari, D. & Khotimah, H. (2022). Pengaruh Brand Image & Brand Trust Terhadap Brand Loyalty PIXY Cosmetics Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Optimal : Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 16 (1), 16-33.
- Kotler, P. et al. (2022). *Marketing Management* (Sixteenth). Pearson Education Limited.
- Lamb, C. W., et al. (2021). *Principles of Marketing*. 13th edition. South Western Cengage Learning.
- Mamuaya, N. C. I. (2021). *Faktor Situasional, Atmosfir Toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik Pada Pembelian Impulsif Konsumen*. Penerbit CV. Azka Pustaka.

- Melati, (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Simpatik Cabang Unaaha Kabupaten Konawe. *Jurnal GeoEkonomi*, 12(1), 1-16.
- Munawaroh, U. L., & Riptiono, S. (2021). Analisis Pengaruh Cafe Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Binsis Dan Akutansi (JIMMBA)*, 3(5), 1030-1046.
- Napu, D. M., et al. (2022). *Pengantar Bisnis Pariwisata: Perhotelan, Food and Beverage Service, dan Pengembangan Destinasi Wisata*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Novitasari, D., & Gunawan, A. A. (2024). Analisis Brand Image, Atmosphere Kafe, dan Variasi Menu terhadap Minat Kunjung Pelanggan Kafe Sunmofee Tropical. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4 (3), 1994-2002
- Nugraha, J. P. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Penerbit PT. Nasya Expanding Management.
- Nunan, D., et al. (2020). *Marketing Research Applied Insight*. Pearson Education Limited.
- Nurhayati, D. A. W. (2020). *Research Methodology*. Akademia Pustaka
- Oktavio, F., et al. (2023). Analisa Pengaruh Price, Location, Responsiveness Dan Atmosphere Terhadap Revisit Intention Dimediasi Oleh Customer Satisfaction. *Jurnal Riset Ekonomi*, 3(1), 81–94.
- Perreault, W. D. et al. (2021). *Essentials of Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach*. 17th edition. McGraw-Hill.

- Purba, E. et al. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi* (Cetakan 1). Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Putri, A. D., et al. (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.
- Putri, K. A. M. A. & Yasa, N. N. K. (2023). Brand Image, Kepuasan Konsumen, Dan Repurchase Intention: Konsep dan Aplikasi Dalam Studi Kasus “Kedai Kopi Kulo. Media Pustaka Indo.
- Putri, L. T., et al. (2024). Analisis Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Rumah Majopi Bangkinang. *Lembaga Penelitian dan Penerbitan Hasil Penelitian Ensiklopedia*, 6 (2), 116-125.
- Rabbani, D. B. et al. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Raghav, A. (2020). *Introduction To Hospitality Management*. Knowledge Management and Research Organisation.
- Ramadhani, M. et al. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Di S3 Coffee & Café. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2 (1), 1-12.
- Ramdani, E. P., et al. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Equal Cafe. *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 11 (2), 32–42.

- 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.
- Safutra, J. et al. (2023). Pengaruh Brand Equity dan Customer Satisfaction terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Loyalty Sebagai Variabel Intervening di D'konkrit Coffee & Food. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 8(1), 413-425
- Satriadi, et al. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Sihombing, M. M., et al. (2021). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 26-33.
- Sihombing, P. R., et al. (2024). Aplikasi Smartpls 4.0 untuk Statistisi Pemula. Penerbit Minhaj Pustaka.
- Soebandhi, S., et al. (2020). Service Quality And Store Atmosphere On Customer Satisfaction And Repurchase Intention. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 13 (1), 26-36.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Suryaningsih, I. B., et al. (2020). *Manajemen Pemasaran Pariwisata dan Indikator Pengukuran*. Penerbit Samudra Biru.
- Swarjana, K. (2022). Populasi-Sampel Teknik Sampling dan Bias Dalam Penelitian. Penerbit Andi.

- Tiwa, E. T., et al. (2022). Pemanfaatan Internet Dalam Pengembangan Usaha Kuliner Desa Tumpaan Kecamatan Tumpaan. *Jurnal Ilmiah Society*, 2 (2), 1-9.
- Tondang, et al. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). *Syarikat : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 15-26.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0 – Edisi Indonesia*. Penerbit Eureka Media Aksara.
- Woen, N. G. & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 10 (2), 146-163.
- Yanti, K., & Ferayani, M. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Pada UD Santia II. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 245–250.
- Yurindera, N. (2022). Pengaruh brand attachment terhadap repurchase intention pada Kopi Kenangan dengan brand commitment dan brand loyalty sebagai variabel intervening. *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(4), 208–216.