

REFERENCES

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Arianty, N. (2022). *Monograf Store Atmosphere Pada Usaha Kuliner Untuk Meningkatkan Minat Beli Masyarakat*. Penerbit Umsu Press.
- Astri, A. K., Masyuhur, A. K., & Yuliana, L. (2024). Analisis Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Somethinc. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 1710–1722.
- Augustinus, D. C., & Vivi. (2020). Medan Customer Perception of Instant Noodle Influence Towards Customers Purchase Intention. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 4(2), 101–113.
- Aziz, A., & Sayuthie, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Café Hanna Tea Lima Puluh Kota. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(4), 330–337.
<https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/jmpp-widyakarya/article/view/1648/1619>
- Azizah, Z., Hanafi, A. H., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Pelanggan di Kule’a Coffee di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 3(01), 1–9.
<https://doi.org/10.57084/jmb.v3i01.739>

- Fahriana, A., Dirwan, & Agunawan. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Donat Kampar. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1(1), 40–51.
- Fincirc International Management. (2024). *Why So Many Restaurants Fail in the First Year: Navigating the Challenges of the F&B Industry*. <https://fincirc.com/why-so-many-restaurants-fail-in-the-first-year-navigating-the-challenges-of-the-fb-industry/>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 26* (Cetakan 10). Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Hartono, T. (2024). *Trend Bisnis FnB Masa Depan: Gaya Hidup, Kebutuhan, Teknologi*. <https://www.fasty.id/trend-bisnis-fnb-masa-depan-gaya-hidup-kebutuhan-teknologi/>
- Hulfa, I., Prianka, W. G., Koondoko, Y. Y. F., Darsana, I. M., Marini., P. L., Rifai, M. S. A., Waruwu, Y., Parta, I. N., Susanto, L., Novianto, U., Sari, A., Nursanti, F., Kurniansah, R., & Kartimin, I. W. (2024). *Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*. Penerbit Intelektual Manifes Media.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (Sixteenth). Pearson Education Limited.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2021). *Principles of Marketing* (13th Editi). Penerbit Cengage Learning.

- Lesmana, A. C. (2023). Analisa Faktor-Faktor Dining Experience dalam Menciptakan Minat Beli Ulang di Café “Kantin” Kota Palembang. *Manajemen Dan Pariwisata*, 2(2), 263–277. <https://doi.org/10.32659/jmp.v2i2.301>
- Mayasari, I., Wijanarko, A., Risza, H., Kurniaty, D., Apriyana, N., Wiadi, I., & Chadijah. (2020). *Branding: Konsep dan Studi Merek Lokal*. Penerbit Universitas Paramadina.
- Napu, D. M., Yamini, E. A., Nurhidayat, W., Salean, F. J., Prianka, W. G., Rifai, M. S. A., Baswarani, D. T., Novianto, U., Fadlina, S., Desmantyo, P. S., Darsana, I. M., Dirgantara, A. R., Sinaga, F., & Margarena, A. N. (2023). *Pengantar Bisnis Pariwisata: Perhotelan, Food and Beverage Service, dan Pengembangan Destinasi Wisata*. Penerbit Intelektual Manifes Media.
- Nunan, D., Birks, D. F., & Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research Applied Insight*. Pearson Education Limited.
- Panjaitan, R., & Zusrony, E. (2022). Café-Relevant Value and Brand Awareness on Purchase Intention: Empirical Study of Local Brand Cafe. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi Dan Kewirausahaan*, 2(1), 145–153. <https://doi.org/10.35314/inovbizmik.v2i1.2281>
- Polonsky, M. J., & Waller, D. S. (2020). *Designing and Managing a Research Project*. SAGE Publications, Inc.
- Prayogo, A., Fauzi, A., Sapto Bagaskoro, D., Aditya Alamsyah, F., Tonda, F., Kamil Hafidzi, M., Hanif Fatturrohman, M. R., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 754–763. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4.116>

- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., Silitonga, H. P., Fitrianna, N., SN, A., & Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi* (Cetakan 1). Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Penerbit Widina Bhakti Persada.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Penerbit Deepublish.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Sandala, F. D., Tumbel, A. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi, Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Beenji Cafe Di Sario Kecamatan Sario. *Jurnal EMBA*, 9(1), 878–886.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/32600%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/32600/30821>
- 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.
<https://doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12787>

- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Sucahoyo, C. P. D., Wijaya, A. J., & Widjaja, D. C. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Emosi Tamu Dan Minat Beli Ulang Di Michael TJ Gelato Surabaya. *JMP Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 7, No. 2, 7(2), 55–62. <https://doi.org/10.9744/jmhot.7.2.55>
- Sukach, O., Kozlovska, S., & Sushko, N. (2021). Modern Management Technologies In The Hospitality Industry. *Baltic Journal of Economic Studies*, 7(3), 168–176.
- Tanjung, A. F., Adha, R., & Batubara, C. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Tom Sushi Pada Mahasiswa FEBI UINSU. *Jurnal E-Bis:Ekonomi Bisnis*, 7(2), 586–600.
- Wardhana, A. (2024a). *Brand Management In The Digital Era – Edisi Indonesia*. Penerbit Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2024b). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0 – Edisi Indonesia*. Penerbit Eureka Media Aksara.
- Wijaya, L. S. T., Fridayani, J. A., & Maridjo, H. (2024). Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 35–56. <https://doi.org/10.26740/jepk.v12n1.p35-56>

Wisesa, I. S., Kadiri, U. I., & Rahmawati, Z. (2023). Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Hakui Coffee Tulungagung Iwanda Sekar Wisesa Indah Listyani. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(5), 293–310.
<https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i5.245>

Zikrie, S., & Warganegara, T. L. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di Cafe Marley's). *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 373–382.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.41>

