

DAFTAR PUSTAKA

- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach*.
- Dewi, M. P. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada RM. Wongsolo Malang. *Iqtishoduna*, 16(2), 167–190. <https://doi.org/10.18860/iq.v16i2.9242>
- Hartanto, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Lingkungan Fisik terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Hasan, Adnan, & Hamid, N. A. (2021). ANALISIS PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFE DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ZERO CAFE MAKASSAR. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 4(2), 271–283.
- Hasan, Ali, & SE, M. M. (2014). Marketing dan Kasus-kasus Pilihan, cetakan kedua. *Yogyakarta: Caps*.
- Henriawan, D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur). *Coopetition*, 6(2), 71.
- Herlyana, E. (2014). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqiyyat*, 13(1), 188–204.
- Indriastuty, N., Hadiyatno, D., & Juwari, J. (2018). Store atmosphere mempengaruhi keputusan pembelian pada retailer giant ekstra Balikpapan. *UNEJ E-Proceeding*, 269–283.
- Isa, I. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Suasana Toko (Store Atmosphere), Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada Paparon's Pizza Solo)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Philip_Kotler_Manajemen_Pemasaran_Edisi.pdf* (p. 19). <http://docplayer.info/31435130-Bab-iii-landasan-teori-membeli-untuk-mewujudkan-kepuasan-konsumen-maka-perusahaan-harus.html>
- Kuncoro, M. (2001). Metode Kuantitatif Edisi Pertama. *Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan AMP YKPN*.
- Mutia, S. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Di Resto Nanny's Pavillon Bandung*. STIE Ekuitas.
- Naila, F. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Iklan dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen*. 6.

- Nandatama, S., & Rosidi, A. (2017). Minuman Kopi (Coffea) terhadap kekuatan otot dan ketahanan otot atlet sepak bola usia remaja di SSB PERSISAC. *Jurnal.Unimus.Ac.Id*, 6(1), 29–34.
- Nurikhsan, F., Indrianie, W. S., & Safitri, D. (2019). Fenomena Coffee Shop Di Kalangan Konsumen Remaja. *Widya Komunika*, 9(2), 137–144.
- Nurmaulidiyah, N, R., & Rahman Fahrurrozi Unisma, B. (2016). *Prodi manajemen*. 38–51.
- Philip Kotler. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Erlangga.
- Pit-Stop Kopi. (2020). *No Title*. <https://linktr.ee/pitstopkopi>
- Prof. H. Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25 (IX)*. 2018.
- Rahayu, R. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS YANG DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan MyRepublic cabang Jakarta)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Sari, D. M. F. P. (2018). BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PRODUK SMARTPHONE. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 14–24.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sukmarini, Andi Vita Cangara, Hafied Amar, M. Y. (2013). Strategi Promosi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Mobil Merek Toyota Pt . H . Kalla Dalam Persaingan Otomotif Di Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 2(X), 369–378.
- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Utami, D. (2019). *Analisis kepuasan konsumen dalam memilih coffee shop di kota medan*. 1–113.