DAFTAR PUSTAKA

Agustin, D. K., & Badi'ah, R. (2026). The influence of store atmosphere and customer experience on purchasing decisions through customer satisfaction as an intervening variable. Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs).

Andayani, N., & Anggraini, T. (2023). Pengaruh customer experience dan complaint handling terhadap customer satisfaction pada nasabah. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(1), 780–787.

Budijanto, S., & Wibowo, D. (2023). Pertumbuhan industri kopi dan perubahan perilaku konsumen di Indonesia. Jurnal Agroindustri Indonesia, 11(2), 95–107.

Chandra, I. (2023). Pengaruh customer experiences dan brand trust terhadap repurchase intention. Jurnal Manajemen Pemasaran, 17(1), 41–52.

Farhan, L., & Siregar, K. (2024). Hubungan pengalaman pelanggan dengan pembelian ulang pada industri kopi spesialti. Journal of Service Marketing, 3(1), 14–29.

Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: An overview of experience components. European Management Journal, 25(5), 395–410. https://doi.org/10.1016/j.emj.2007.08.005

Hidayat, A., & Hartuti, E. T. K. (2025). Pengaruh store atmosphere dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada Kohwa Coffee House. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen.

Hidayat, A., & Wibisono, S. (2023). Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang. Jurnal Administrasi Bisnis, 12(3), 199–212.

Hutagalung, J., & Simbolon, F. (2023). Peran store atmosphere dan customer experience terhadap keputusan pembelian pada coffee shop independen di Medan. Jurnal Riset Manajemen, 12(3), 211–220.

Ismail, Y. (2024). Perkembangan kedai kopi modern di Indonesia dan perilaku konsumennya. Journal of Consumer Insight, 6(1), 1–14.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). Marketing Management (15th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management (16th ed.). Pearson.

Lestari, D., & Wahyudi, F. (2023). Analisis customer experience pada preferensi konsumen café modern. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 8(1), 44–57.

Maharani, A. P., & Anggrainie, N. (2024). Pengaruh green product, customer experience, dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian pada Kopi Janji Jiwa di Jakarta. Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset. OBJ

Mahendra, Y. (2024). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z pada coffee shop di Jakarta. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Kontemporer, 5(1), 77–90.

Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding customer experience. Harvard Business Review.

Nasution, Y. (2022). Analisis kinerja UMKM coffee shop di Indonesia: Studi fenomenologis. Jurnal Ekonomi Kreatif, 7(2), 134–148.

Pangky Swara, N. P. K., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2024). Peran kualitas layanan dan customer experience dalam meningkatkan kepuasan masyarakat. Warmadewa Management & Business Journal, 6(2), 120–134.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). Consumer behavior and marketing strategy (9th ed.). McGraw-Hill.

Pramadya, R. E. (2022). Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada restoran di Surabaya. Jurnal Manajemen Kewirausahaan, 10(1), 32–41.

Prawira, B. D., & Arif, M. E. (2024). Pengaruh word of mouth, brand awareness, dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian at NikiKopi Kepanjen. Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen. OBJ

Putri, M., & Sembiring, R. (2024). Strategi peningkatan daya saing coffee shop baru di daerah semi-perkotaan. Jurnal Pemasaran Nusantara, 9(1), 65–79.

Rahmadani, F., & Putra, R. (2021). Coffee shop sebagai ruang interaksi sosial urban. Jurnal Sosiologi Kontemporer, 9(1), 44–56.

Rizky, A., & Pratiwi, R. (2022). Customer experience dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada café di Yogyakarta. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan, 9(1), 55–64.

Rumpoko, H., & Budiyanto, E. (2026). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan pada The Rooster Company di Sidoarjo. Yos Soedarso Economic Journal. OBJ

Sandira, N. F. A., Mustari, A. S., Ahmad, M. I. S., & Dinar, M. (2025). Pengaruh store atmosphere dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian konsumen. Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies. OBJ

Sari, D., & Anwar, R. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di sektor F&B. Jurnal Manajemen Konsumen, 5(2), 89–101.

Sari, M., & Rahma, A. (2021). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi lokal di Bandung. Jurnal Manajemen Pemasaran, 15(2), 112–120.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Consumer behavior (10th ed.). Pearson Education.

Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. Free Press.

Setiawan, B., & Hapsari, A. (2022). Tren konsumsi kopi generasi muda di Indonesia. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 20(3), 211–223.

Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behavior: A review of the experimental evidence. Journal of Business Research, 49(2), 193–211.

Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). *Atmospheric effects on shopping behavior: A review of the experimental evidence*. Journal of Business Research**, 49**(2), 193–211. https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00010-7

Utami, Y. R. (2023). Pengaruh store atmosphere dan perceived value terhadap keputusan pembelian pada café di kota Malang. Jurnal Administrasi Bisnis, 14(2), 101–110.

Wijaya, T. (2023). Pengaruh ambience café terhadap loyalitas pelanggan milenial. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 4(2), 88–99.

Yusuf, M., & Prabowo, A. (2025). The influence of promotion, customer experience and word of mouth on purchasing decisions at Boss Café Bayangkara Medan. ePaper Bisnis: International Journal of Entrepreneurship and Management. OBJ