

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
KAFE ROLAG SURABAYA**

**SKRIPSI**

Oleh

**MOCHAMMAD IBNU SYURUR**

**NIM: 08040320094**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2024**

## PERNYATAAN

Saya, Mochammad Ibnu Syurur, 08040320094 menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 03 Juni 2024



Mochammad Ibnu Syurur

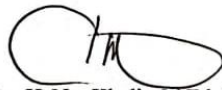
NIM. 08040320094

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Surabaya, 03 Juni 2024

**Skripsi telah selesai dan siap untuk di uji**

Dosen Pembimbing,



Prof. Drs. H. Nur Kholis, M.Ed.Admin., Ph.D.

NIP. 196703111992031003

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
KAFE ROLAG SURABAYA**



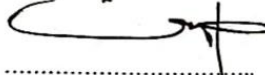

oleh  
Mochammad Ibnu Syurur  
NIM: 08040320094

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada  
Tanggal 12 Juni 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk  
diterima

**Susunan Dewan Penguji:**

1. Prof. Drs. H. Nur Kholis, M.Ed.Admin., Ph.D.  
NIP. 196703111992031003  
(Penguji 1)
2. Helmina Ardyanfitri, S.M., M.M.  
NIP. 199407282019032025  
(Penguji 2)
3. Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M.  
NIP. 196806212007011030  
(Penguji 3)
4. Riska Agustin, S.Si., M.SM.  
NIP. 199308172020122024  
(Penguji 4)

**Tanda Tangan:**

  
.....  
  
.....  
  
.....  
  
.....

Surabaya, 12 Juni 2024

Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.  
NIP. 197005142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mochammad Ibnu Syurur  
NIM : 08040320094  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen  
E-mail address : m.ibnu.surur15@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (..... )  
yang berjudul :

“Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Kafe Rolag Surabaya”

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Juli 2024

Penulis,

(M. Ibnu Syurur)

## ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Kafe Rolag Surabaya” penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh efek kepuasan pelanggan dalam hubungan *store atmosphere* dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Kafe Rolag Kopi Kayoon Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data primer yang diperoleh dari kuesioner yang bernilai positif pada skala 1 sampai dengan 5. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 160 responden. Analisis data yang digunakan peneliti adalah dengan analisis SEM PLS dengan program Smart PLS versi 4. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi *store atmosphere* dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang.

Dari hasil penelitian ini diharapkan Kafe Rolag Kayoon Surabaya untuk terus mempertahankan atau menerapkan strategi *store atmosphere* dan kualitas layanan guna berlangsungnya ketahanan pasar maupun keberlanjutan indeks minat beli ulang, karena *store atmosphere* dan kualitas layanan mampu memberikan efek yang sangat baik terhadap perkembangan kafe dan kepuasan pelanggan mengakibatkan pembelian ulang terhadap Kafe Rolag Surabaya.

**Kata Kunci:** *Store Atmosphere*, Kualitas Layanan, Minat Beli Ulang, Kepuasan Pelanggan

## ABSTRACT

The study entitled "The Effect of Atmosphere Store and Service Quality on Repurchase interest with customer satisfaction as an intervening variable at Surabaya Rolag Cafe" this study aims to test the effect of the effect of customer satisfaction in the Atmosphere Store Relation and Service Quality on Re -purchase interest in the Kayoon Coffee Rolag Cafe Surabaya. This research uses quantitative methods. Primary data obtained from a positive value questionnaire on scale 1 to 5. Sampling techniques in this study use nonprobability sampling, with a total sample of 160 respondents. Data analysis used by researchers is by SEM PLS analysis with the Smart PLS program version 4. The results in this study show that customer satisfaction is able to mediate atmosphere stores and service quality for re -purchase interest.

From the results of this study, it is expected that the Rolag Kayoon Surabaya cafe will continue to maintain or implement the Store Atmosphere strategy and service quality for the ongoing market resilience and the sustainability of the re -purchase interest index. Because the Store atmosphere and service quality are able to have an excellent effect on the development of cafes and customer satisfaction resulting in a recurrence of Kofe Rolag Surabaya.

**Keywords:** Store atmosphere, service quality, rebuying interest, customer satisfaction

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL DALAM.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
2.1 Kajian Teori .....	12
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	33
2.4 Kerangka konseptual .....	39
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	41



3.2	Tempat atau Lokasi Penelitian.....	41
3.3	Populasi dan Sampel.....	41
3.4	Variabel penelitian .....	43
3.5	Definisi operasional.....	45
3.6	Jenis dan Sumber Data .....	46
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.8	Teknik Analisis Data.....	48
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
4.1	Deskripsi Umum dan Objek Penelitian .....	56
4.2	Analisis Data.....	63
4.3	Pembahasan .....	79
<b>BAB 5</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>93</b>
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>102</b>

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1 Ringkasan Definisi Operasional.....	45
Tabel 3.2 Kategori Skala Likert .....	48
Tabel 4.1 Hasil Perolehan Kuesioner .....	57
Tabel 4.2 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 4.3 Klasifikasi Usia Responden .....	58
Tabel 4.4 Klasifikasi Profesi Responden .....	59
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Store Atmosphere.....	60
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan .....	61
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan .....	62
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang .....	63
Tabel 4.9 Hasil Validitas Konvergen Berdasarkan Loading Factor .....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Konvergen Berdasarkan Nilai AVE .....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Diskriminan .....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinan R-square .....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis .....	72
Tabel 4.15 Specific indirect effect .....	75
Tabel 4.16 Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan Antara Store Atmosphere Dan Minat Beli Ulang.....	78
Tabel 4.17 Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan Antara Kualitas Layanan Dan Minat Beli Ulang.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan 1 Rolag Kopi Kayoon Surabaya .....	8
Gambar 1 2 Ulasan 2 Rolag Kopi Kayoon Surabaya .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	40
Gambar 3.1 Prosedur Analisa Mediasi Hair et al.....	54
Gambar 4.1 Model Struktural .....	64
Gambar 4.2 Output Calculate Algorithm .....	65
Gambar 4.3 Hasil Output Bootstrapping .....	72



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden .....	107
Lampiran 3 Biodata Mahasiswa.....	128



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L., & Lee, A. Y. (2001). "I" seek pleasures and "we" avoid pains: The role of self-regulatory goals in information processing and persuasion. *Journal of Consumer Research*, 28(1), 33–49. <https://doi.org/10.1086/321946>
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Abdullah, P. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. In Aswaja Pressindo.
- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analysing the Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 143, 822–826. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.483>
- Agustina, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Kober Mie Setan Cabang Chairil Anwar Surabaya. *Diploama Thesis*. <http://repository.stiemahardhika.ac.id/3655/>
- Ahmed, I., Nawaz, M. M., Usman, A., Shaukat, M. Z., & Ahmed, N. (2010). A mediation of customer satisfaction relationship between service quality and repurchase intentions for the telecom sector in Pakistan: A case study of university students. *African Journal of Business Management*, 4(16), 3457–3462.
- Amal, M. I., Tulhusnah, L., & Pramesthi, R. A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ayah Bunda Situbondo Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Moh. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(7), 1368–1382. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3553>
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53. <https://doi.org/10.2307/1252310>
- Bataha, E. M., Mananeke, L., & Ogi, I. W. J. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Pemediiasi (Studi Pada Warong Kobong di Kota Manado). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(1),

- 127–138. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i1.30247>
- Berita Metro. (2023, February 19). Retrieved from <http://beritametro.id/story/rolag-kopi-warkop-naik-kelas-menjadi-kafe-milenial>
- Berman, B., & Joel, R. (2013). *Retail Management: A Strategic Approach. 12 Edition*. Jakarta: Pearson, Jurnal.
- Chin W, M. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Formula Modeling. *Advances in Hospitality and Leisure*.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55. <https://doi.org/10.2307/1252296>
- Crystallography, X. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kecantikan Fithka Ms Glow Di Mangaran Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(8), 1–23. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i8.2216>
- databoks. (2018, July 31). *databoks corporation*. Retrieved from databoks web site: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton#:~:text=Berdasarkan%C2%A0Pusat%C2%A0Data%C2%A0dan%C2%A0Si stem%C2%A0Informasi%C2%A0Pertanian%C2%A0Kementerian;%20%E2%80%8EIndonesia%C2%A0se>
- detikfinance. (2019, December 17). *detikfinance corporation*. Retrieved from detikfinance website: Pada tahun 2019, telah diterbitkan tanda daftar usaha kepada 49 kedai kopi. Setahun kemudian, jumlahnya turun menjadi 31 unit. Pada tahun 2021, jumlah perusahaan baru bertambah menjadi 33.
- Fatimatuzzahroh, Saputra, M. H., & Rahmawati, F. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Service Quality Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Rita Pasaraya di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Volatilitas*, 5(1), 31–41.
- Fauzi, A., Punia, I. N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, 3(5), 1–3. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/sorot/article/view/29665>
- Hamidiyah, I. S., & Ningsih, L. S. R. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Rumah Makan Asela

- Sampang). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 2(3), 296–310. <https://doi.org/10.33752/bima.v2i3.162>
- Hair, J., Hult, G., & Ringle, C. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., Sarstedt, M., Danks, N., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. In *Practical Assessment, Research and Evaluation*.
- Hair, J., Risher, J., Sarstedt, M., & Ringle, C. (2018). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*.
- Hussain, R., & Ali, M. (2015). Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, 7(2), 35–43. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n2p35>
- Kholis, N., Saifuddin, M., & Arif, N. A. S. (2023). The role of positive emotional response in the relationship between store atmosphere, sales promotion, hedonic shopping motivation, and impulsive buying in Indonesia's largest department store. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 44(3), 823–832. <https://doi.org/10.34044/j.kjss.2023.44.3.20>
- Kotler. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Levy, M., & Weitz, B. (2007). *Retailing Management*. Internasional Edition.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2008). *manajemen pemasaran jasa*. jakarta: salemba empat.
- Mansur, T., & Nurhadi, M. . (2018). Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Pamella Tujuh Swalayan Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2, 655–663. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/59872>
- Margaretha, A. (2008). Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference Dan Repurchase Intention Private Brand Margaretha Ardhanari. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 58–69. <https://dx.doi.org/10.1234/jrebis.v8i2.42>
- Maydona, R., Arief, M. Y., & Harisandi, Y. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai

- Variabel Intervening Pada Cafe Anak Pantai Di Cermee Bondowoso. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(1), 201. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i1.1860>
- Nofiauwaty, & Yuliandi, B. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet Nyenyek Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 12(1). <https://dx.doi.org/10.29259/jmbs.v12i1.3141>
- Nurfadilah, H., Rudiman, S., & Yusuf, R. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli kembali pada Sorai Steamboat and Grill Bandung. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 11–21. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6651>
- Paul, J., Sankaranarayanan, K. G., & Mekoth, N. (2016). Consumer satisfaction in retail stores: theory and implications. *International Journal of Consumer Studies*, 40(6), 635–642. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12279>
- Peter, J., & Olson, J. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (D.T. Dwiandani, Trans; 9th ed)*. Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rachmad, Y., Fatmah, Asmara, M., Thamrin, J., Purwanto, H., Violin, V., . . . Wibowo, S. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital Terkini (Perubahan Era Manajemen Pemasaran Kearah Digitalisasi)*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahmawati, D., Rahadhini, M. D., Rahadhini, M. D., Sumaryanto, S., & Sumaryanto, S. (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://doi.org/10.33061/jeku.v20i1.4371>
- Rambat, L., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sari sasi gendro, d. (2022). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. In LP2M



UST Jogja (Issue March).

- Siburian, A. E. Y., Yulianeu, Harini, C., & Wulan, H. S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Variasi Produk (Restoran) Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan (Studi Kasus di A to Z Bar Wine & Brasserie Semarang). *Journal Of Management*, 3(3), 1–7. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/836>
- Sinambow, S., & Trang, I. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 3(3), 300–311. <https://doi.org/10.35794/emba.3.3.2015.9387>
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan manual*.
- Sitinjak, M. F., Pangaribuan, C. H., & Tafriza, N. (2019). Do Store Atmosphere and Perceived Value Matter in Satisfying and Predicting the Millennials' Behavioral Intention in a Café Setting? *Binus Business Review*, 10(1), 31–40. <https://doi.org/10.21512/bbr.v10i1.5345>
- Soriano, D. R. (2002). Customers' expectations factors in restaurants: The situation in Spain. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 19(8), 1055–1067. <https://doi.org/10.1108/02656710210438122>
- Stanton, W. J. (1998). *Prinsip Pemasaran Edisi*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyanto, S., & Lestari, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Lain Hati di Grand Galaxy City Bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 9(2), 10–24. <https://journals.stie-yai.ac.id/index.php/JUMPA/article/view/459>

- Sunyoto, D. (2014). *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Yogyakarta: Central foe Academic Publishing Service.
- Suprpti, N. W. (2010). *Perilaku Konsumen, Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. Bali: Udayana University Press.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, penerapan, penelitian Edisi Terbaru*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan, Konsep, Pengukuran, & Strategi*. Yogyakarta: ANDI.
- Toffin Indonesia. (2020, november 12). *Toffin Indonesia corporation*. Retrieved from Toffin Indonesia website: <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riset-2020-brewing-in-indonesia/>
- V. Wiratna, S. (2015). *Metodologi penelitian bisnis ekonomi 1st ed*. Pustaka Baru.
- Varga, A., Dlačić, J., & Vujičić, M. (2014). Repurchase Intentions in a Retail Store – Exploring the Impact of Colours. *Ekonomski Vjesnik/Ekonviews*, 2007(2), 229–244. <http://www.efos.unios.hr/ekonomski-vjesnik/general-outline/>
- Yanti, M. M., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Gelael Ciputra Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 582–589. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28850>
- Yolanda, Y., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Konsumen Pada Golden Cafe dan Resto. *Jurnal Ecogen*, 3(4), 584. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i4.10507>