

DAFTAR RUJUKAN

- Adiantari, N. W. P., & Seminari, N. K. 2022. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Atmosfer Toko Terhadap Niat Beli Ulang Pada Konsumen H&M. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(7), 1337.
- Ain, N., & Ratnasari, R. T. 2015. Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Produk Busana Muslim Zoya di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(7), 553-569.
- Andrian. dkk. 2018. Pengaruh Word of Mouth. Cafe Atmosphere dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Manajemen STIE Data*
- Anwar, R. S., & Wardani, F. A. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370-1379.
- Berman, Barry & Joel R. Evan 2010. *Retail Management, a Strategic Approach*, (8th Edition). New Jersey: Pearson.
- Chairudin, A., & Sari, S. R. 2021. Model Hubungan Citra Merek dan Minat Beli Ulang: Peran Kepuasan Pelanggan dan Kesetiaan Pelanggan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 17(2), 112-126.
- Chen, H., & Hsieh, T. 2011. A Study Of Antecedents Of Customer Repurchase Behaviors In Chain Store Supermarket. *The Journal Of International Management Studies*, 6(3), 261-269.
- Dewi, A. R. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).
- Dewi, I. G. A. P. R. & Ekawati, N. W. 2019. Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention. *E- Jurnal Manajemen*, 8(5).
- Faradisa, I., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. 2016. Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian coffeeshop Semarang (ICOS CAFE). *Journal of Management*, 2(2).
- Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- 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 (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran Mie Gacoan di Kota Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 5(5).
- Harfania, F. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Restoran Ayam Geprek Sa'I Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(6), 581-591.
- Hasan, Ali. 2018. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Heryana, D. K., & Yasa, N. N. K. 2020. *Effect of Electronic Word of Mouth on Repurchase Intention Mediated by Brand Attitude. International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(2), 9-20.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. 2019. Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(1), 24-31.
- Iskandar, dkk. 2024. Pengaruh Brand Image, Service Quality, Dan Word Of Mouth Terhadap Repurchase Intension Pada Produk Toko Febshop019 (Studi Kasus Pada Shopee Indonesia). *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 3.6 (2024): 967-984.
- Kevin, L., & Tjokrosaputro, M. 2021. Pengaruh *Perceived Price Dan Country of Origin Terhadap Repurchase Intention* Merek Minuman Xing Fu Tang Di Jakarta : *Word of Mouth* Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 52–60.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of Marketing* (18th ed.). New York: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management: Global Edition* (16th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas, Jilid 2, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Penerbit Indeks.

- Lestari, D. P., & Dwiarta, I. M. B. 2021. Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Rokok Gudang Garam Surya 12 di Gresik. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(1), 242-250.
- Lukitaningsih, A., Ningrum, N. K., & Muttaqin, F. A. 2023. *Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Product Quality dan Service Quality terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Yogyakarta)*. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 372-378.
- Musarofah, I. 2020. Pengaruh Keanekaragaman Produk, *Store Atmosfer*, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang. *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*. Vol. 2.
- Ningsih, C. S., & Anah, L. 2021. Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Universitas Hasyim Asy'ari Jombang). *Journal of Business and Innovation Management*, 3(2), 165-148.
- Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan, H. 2021. Pengaruh Susana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230-243.
- Oktaviasari, S., Arifin, R., & ABS, M. K. 2021. Promosi Penjualan, Store Atmosphere, Dan Brand Image Berpengaruh Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Cafe Ortho Kopi Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(12).
- Parasuraman, A., Berry, L., L dan Zeithaml, V. A. 1985. Problem and Strategies in Services Marketing. *Journal of Marketing* Vol. 49.
- Pratama, R. A., Sholihin, U., & Akbar, T. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan (Studi Kasus Pada Nongkaski Coffee and eatery). *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(3), 24-34.
- Pratiwi, R. S., Soebandi, S., & Dharmani, I. A. N. 2020. *The Influence of Service Quality, Price Perception, and Store Atmosphere On Repurchase Intention (Case Study at The Teras Atas Cafe Surabaya)*. *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(2), 147-156.
- Priyatno. 2016. *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. MediaKom.
- Putra, A. B., Lopian, J., & Lumanauw, B. 2014. Bauran Pemasaran Pengaruhnya terhadap Minat Membeli Kembali Voucher Isi Ulang Telkomsel. *Jurnal EMBA*, 2(3), 428-437.
- Ramadhan, A., G., Dan Santosa, S., B. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada

Sepatu Nike Running Di Semarang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12.

- Safitri, A. N. 2020. Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1-9.
- Sandy, N. F., & Aquinia, A. 2022. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 801-809.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, M. P. 2014. *Perilaku konsumen, Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi.
- Saputra, A. A., Amboningtyas, D., & Hasiholan, L. B. 2020. *The Influence Of Brand, Atmosphere Store And Word Of Mouth On Repurchase Intention (Case Study At Sambal Special Stalls)*. *Journal of Management*, 6(2).
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. 2015. *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall.
- Selatan, P. S. 2021. *The Effects of Store Atmosphere and Service Quality on Customer Loyalty (Case Study of A Coffee Shop in Tasikmalaya, Indonesia)*. 2625-2635.
- Soltani, Morteza et al. 2016. *The Effect Of Service Quality On Private Brand Image And Purchase Intention In The Chain Stores Of ETKA*. *Journal World Scientific News*, 47(2), 202-216.
- Suardyana, I. W. E., & Tiarawati, M. 2022. Pengaruh *Brand Image*, Lokasi, dan *Store Atmosphere* terhadap Niat Beli Ulang pada Pelanggan Indomaret di Wilayah Surabaya. *Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation*, 2(2), 129-141.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). Alfabeta Bandung.
- Sulastri, D. S. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang di Restoran Mie Gacoan Kota Bandung. *International Journal Administration Business & Organization*, 3(2), 43-51.
- Tilting, L. B., & Arimbawa, I. G. 2020. *The Effect of The Store Atmosphere, Variation of Products and Promotional Media Through Instagram on*

Impulse Buying and Repurchase Intention at Café Fruts99 Surabaya. World Journal Of Entrepreneurship, Project And Digital Management, 1(1), 40-50

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi

Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management (Mewujudkan Layanan Prima)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi

Wardani, E. K., & Purwanto, S. 2023. Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Perceived Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Pelanggan Kedai Kopi Janji Jiwa Di Kota Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6631-6639.

Wiguna, I. P. Y. A., & Santika, I. W. 2020. Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Sponsorship terhadap Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 199-217.

Wijiastuti, R. D., & Cantika, N. 2021. Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Gofood Di Kota Sorong. *Kalianda Halok Gagas*, 4(1), 1-8.

Wulandari, S., & Marlana, N. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Transportasi Migo Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2).

