

DAFTAR PUSTAKA

- Amerta, K. A., & Warmika, I. G. K. (2023). Peran kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang produk toko kopi damar. *E-Jurnal Manajemen*, 12(9), 887–909.
- Camelia, Z., Rosyidah, K., Ardan, M. A., & Kamila, E. R. (2026). Pengaruh harga, kualitas layanan dan café atmosphere terhadap keputusan pembelian di Tomoro Coffe pada Gen Z. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi (JRME)*, 3(1), 312–323.
- Hapsari, Z. R., & Wijaya, A. (2024). Coffee shop dan gaya hidup mahasiswa perkotaan. *Journal of Youth and Outdoor Activities*, 2(1), 1–15.
- Judawinata, M. G. (2023). Strategi pengembangan bisnis coffee shop. *Prospek Agribisnis*, 2(2).
- Amer, S. M., & Rakha, S. A. (2022). How servicescape unleash customer engagement behaviors through place attachment: An investigation in a non-Western context. *Cogent Business & Management*, 9(1).
- Pratiwi, N. I., & Prabowo, A. (2025). Analisis servicescape, hedonic lifestyle dan promotion intention terhadap keputusan pembelian pada Suara Coffee & Space. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3).
- Sutriani, N. (2024). *Pengaruh Electronic Word of Mouth, Servicescape, dan Price Perception Terhadap Purchase Decision pada Lima Coffee & Studio di Kota Pekanbaru* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. Repositori UIN Suska Riau.
- Ambarwati, R. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi dan Implementasi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Singh, J., Crisafulli, B., & Quamina, L. T. (2023). Integrated brand experiences and customer emotional bonds: The role of sensory, affective, and cognitive dimensions in service settings. *Journal of Service Research*, 26(3), 412–429. doi.org

- Chatzoglou, P., Chatzoudes, D., Savvidou, A., Fotiadis, T., & Delias, P. (2022). Factors affecting repurchase intentions in retail shopping: An empirical study. *Heliyon*, 8(9), e10619.
- Saputra, R. H., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2024). The Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty In Coffee Shop. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(5), 1697–1714.
- Utari, T., & Pasaribu. (2024). Pengaruh Servicescape dan Harga Terhadap Kepuasan Emosional Pelanggan di Kedai Cisangkuy Padang. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(2), 150–157.
- Munwaroh, M., & Riptiono, S. (2021). Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Value* terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(4), 672–685.
- Karimah, N., & Fikriah, K. (2023). Analisis *Customer Experience* dalam Meningkatkan Minat Beli Ulang pada *Coffee Shop* Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(16), 521–534.
- Aini, Q., Khairiyati, L., & Wijaya, I. (2022). Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Pengelolaan *Customer Experience*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 3(1), 12–23.
- Septian, R., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction*. *Jurnal Manajerial*, 20(2), 245–256.
- Gunawan, A., & Indriyani, R. (2022). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi. *Agora*, 10(1), 1–9.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.