

DAFTAR PUSTAKA

- Afiah, I. N., & Prabowo, B. (2023). *Reslaj: religion education social laa roiba journal pengaruh iklan, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada e-commerce shopee di masa pandemi*. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i2.1785>
- Aldery. (2013). *Catetan Aldery*.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Amruddin 2022_book_metode penelitian kuantitatif*. https://repository.umb.ac.id/59/1/buku%20metodologi%20penelitian%20kuantitatif%20_%20anova.pdf
- Ananda, R. M., & Astono, D. A. (2024). Pengaruh strategi promosi dan harga terhadap minat beli indihome di wilayah Jakarta Utara. In *bisnis dan teknologi* (vol. 10, issue 3).
- Anh, T. T., Duc, T. T., Thi, T. T., & Hong, N. T. (2020). Evaluating the determinants of vietnamese frequent flyers' loyalty in civil aviation industry: the case of delta air lines. *Management science letters*, 10(2), 391–398. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.031>
- Anjani, D. (2024). Pengaruh suasana kafe, daya tarik produk, dan gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi pada konsumen CW Coffee & Eatery Kal-Bar). *Jim: jurnal ilmiah mahasiswa pendidikan sejarah*, 9(4), 665–681. <https://doi.org/10.24815/jimps.v9i4.32948>
- Ariswanto, M. M., Tetty Sufianty Zafar, M. M., Afdhal Chatra, M. P., Elisha Sunijati, Me., Budi Harto, M., Yoseb Boari, M., Putra Astaman, Ms., Muh Dassir, C., & Aulia Nurul Hikmah, Ms. (2023). *Ekonomi kreatif*. www.buku.sonpedia.com
- Baihaqqy, M. R. I. (2020). *Manajemen pemasaran (marketing mix dan loyalitas)*. <https://www.researchgate.net/publication/374004591>
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan akselerasi transformasi digital di Indonesia: peluang dan tantangan untuk pengembangan ekonomi kreatif. *Jurnal studi kebijakan publik*, 2(1), 27–40. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>
- Bayu Setiawan, A., Djoko, E., & Sardanto, R. (2024). *Pengaruh customer relationship management, kenyamanan cafe, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada kedai mutia* (vol. 3). <https://doi.org/10.29407/w39abm96>
- Chunhui, W., & Keat, O. B. (2023). Exploring territorial elements in servicescape: a comprehensive literature review. *Journal of world economy*, 2(4), 55–70.
- Dahlan, J., Tinggi, S., Enam, I. E., Kendari, E., Ode, I., Sekolah, A., Ilmu, T., Enam, E., & Supriaddin, N. (2022). Relationship marketing dan gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan: studi pelanggan kopi infinite coffee shop oleh. *Jurnal ekonomi dan bisnis*, 11(3).

- Darmayasa, g. N. A. R., & yasa, n. N. K. (2021). Influence of relationship marketing on customer loyalty. *International research journal of management, it and social sciences*, 8(6), 648–660. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v8n6.1963>
- Dhana, a., & iskandar, d. A. (2024). Pengaruh gaji dan motivasi kerja terhadap produktivitas guru sma della strada. In *bisnis dan teknologi* (vol. 10, issue 3).
- Diana, k., tandah, m. R., & agnes, c. D. M. (2022). *Gambaran tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan kefarmasian di apotek kota palopo*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/prepotif.v6i2.4064>
- Effiyaldi, pasaribu, j. P. K., suratno, e., kadar, m., gunardi, naibaho, r., hati, s. K., & aryati, v. (2022). Penerapan uji multikolinieritas dalam penelitian manajemen sumber daya manusia. *Jumanage: jurnal ilmiah manajemen dan kewirausahaan p-issn: 2828-1268 universitas dinamika bangsa jambi*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>
- Habib, m. A. F. (2021). Kajian teoritis pemberdayaan masyarakat dan ekonomi kreatif. |, 106(2), 2776–7434. <https://doi.org/10.21274>
- Hanny, h., & krisyana, k. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada kafe di kota batam. *Jesya (jurnal ekonomi & ekonomi syariah)*, 5(1), 1115–1129. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.703>
- Harry. (2012). *Pelatihan statistik ui*.
- Haryadi, a., & dara, s. R. (2025). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian apparel under armour di jakarta. In *bisnis dan teknologi* (vol. 11, issue 1).
- Hasibuan, r. M., harahap, f., & lubis, a. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di cafe vanilla panyabungan*. 175–182. <https://jurnal.ipts.ac.id/index.php/misi/article/download/3007/1932>
- Herlambang, b., & astono, a. D. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan louis cafe depok* (vol. 9, issue 1).
- Husnani, d., makkiyah, z., & i'tisoma billah, z. (2022). *Penerapan strategi relationship marketing dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada bmt masalah capem gending*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v6i2.4941>
- Ibrahim, b., aljarah, a., & sawaftah, d. (2021). Linking social media marketing activities to revisit intention through brand trust and brand loyalty on the coffee shop facebook pages: exploring sequential mediation mechanism. *Sustainability (switzerland)*, 13(4), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su13042277>
- Izza, n., leonardo, r., azzahra, s., & noviyanti, i. (2024). *Pengaruh strategi relationship marketing, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan cie-cie snack di kurau*. 7(2). <https://doi.org/10.24127/jf.v7i2.2292>
- Jannah, m., & meliana, v. (2022). *Pengaruh kualitas produk dan relationship marketing terhadap kepuasan konsumen ngemil banana chips*.
- Juwanda, v., & widyastuti, d. A. (2023). Dampak kepuasan pengunjung sebagai mediasi antara hubungan experiential marketing terhadap revisit intention (studi kasus pada pariwisata di pantai carocok dan kawasan mandeh).

- Management, and industry (jemi)*, 06(02), 75–94.
<https://doi.org/10.36782/jemi.v6i2.2430>
- Kandampully, j., bilgihan, a., & amer, s. M. (2023). Linking servicescape and experiencescape: creating a collective focus for the service industry. *Journal of service management*, 34(2), 316–340. <https://doi.org/10.1108/josm-08-2021-0301>
- Kementrian pariwisata dan ekonomi kreatif. (2025). *Subsektor ekonomi kreatif*.
- Kenfeldman. (2023). *Using variance inflation factor to optimize regression models*.
- Kim, y. J., park, j. S., & jeon, h. M. (2021). Experiential value, satisfaction, brand love, and brand loyalty toward robot barista coffee shop: the moderating effect of generation. *Sustainability (switzerland)*, 13(21).
<https://doi.org/10.3390/su132112029>
- Kompasiana. (2023, july 6). *Tren coffee shop sebagai gaya hidup gen z*. Kompasiana.
- Krisnandi, h., efendi, s., & edi sugiono, i. (2019). *Pengantar manajemen*.
https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_bc94ba1dfa7c2f2ebdb57c314bc3e56ca4e19cbf_1649386611.pdf
- Kuncoro, a., suroso, i., hesty, r., gunawan, i., teknologi, i., & semarang, b. (2021). Loyalitas konsumen: relationship marketing herbalife semarang. In *jbe jurnal bingkai ekonomi jbe* (vol. 6, issue 1).
<http://itbsemarang.ac.id/jbe/index.php/jbe33>
- Kwak 광미나, m.-n., 오승희 s.-h. O., park 박지은, j.-e., yang 양대권, d.-k., author, c., & ph, c. D. (2024). The impact of starbucks' esg management on authenticity, trust, and loyalty 스타벅스의 esg 경영이 진정성과 신뢰를 매개로 충성도에 미치는 영향 the impact of starbucks' esg management on authenticity, trust, and loyalty. *Korean journal of franchise management*, 15(1), 28–42. <https://doi.org/10.21871/kjfm.2024.3.15.1.28>
- Lestari, a., & yani, m. (2023). *Pengaruh lokasi dan harga terhadap minat beli ulang pada counter pulsa alea cell di sampit*.
- Mamuaya, n. C., & mundung, b. I. (2023). Peran kepuasan nasabah dalam memediasi pengaruh customer relationship marketing terhadap loyalitas nasabah. In *bisnis dan akuntansi* (vol. 2, issue 1).
<http://bajangjournal.com/index.php/jemba>
- Mandira, i. M. C., & purwaningsih, n. L. G. R. (2024). Pengaruh atmosphere dan relationship marketing pada industri kopi (studi kasus di coffee shop kerobokan, bali). *Journal publicuho*, 7(3), 1540–1557.
<https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.264>
- Mea, m. H. C. D., & laga, y. (2020). *Pengaruh relationship marketing, suasana kafe, dan kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pelanggan mokka coffee ende* (vol. 5). <https://doi.org/https://doi.org/10.33005/mebis.v5i2.83>
- Michael, & abdul rahman. (2022). Kafe dan gaya hidup: studi pada pengunjung kafe di wilayah barombong kota makassar. *Jurnal multidisiplin madani*, 2(10), 3796–3806. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i10.1548>
- Moo-ung, s., seunghyeon, l., & seong soo, c. (2024). The influence of service scape in franchise fast food restaurants on the attitudes and revisit intentions of the

- mz generation*. *Korean journal of food & health convergence*, 10(4), 1–8.
<https://doi.org/10.13106/kjfhc.2024.vol10.no4.1>
- Nurhaswinda, zulkifli, a., gusniati, j., septi zulefni, m., aldanía afendi, r., asni, w., & fitriani, y. (2025). *Tutorial uji normalitas dan uji homogenitas dengan menggunakan aplikasi spss* (vol. 1, issue 2).
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Opaper. (2023, may 29). *Berapa modal usaha coffee shop? Ini rinciannya!* Opaper.
- Pan, g., mao, y., song, z., & nie, h. (2024). Research on the influencing factors of adult learners' intent to use online education platforms based on expectation confirmation theory. *Scientific reports*, 14(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-024-63747-9>
- Panggalo, r. N., ogi, i. W. J., & samadi, r. L. (2023). Analisis pengaruh relationship marketing, suasana cafe dan lokasi terhadap sikap loyal konsumen (studi pada konsumen bahu coffe and food bahu malalayang manado). In *132 jurnal emba* (vol. 11, issue 2). <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.47996>
- Pradana, b. P. (2022). Investigating the repurchase intention of e-commerce users from service quality and expectation-confirmation theory perspective. *Jurnal informasi dan teknologi*, 127–135. <https://doi.org/10.37034/jidt.v4i3.210>
- Purba, e., purba, b., syafii, a., khairad, f., damanik, d., siagian, v., ginting, a. M., silitonga, h. P., sn, a., fitrianna, n., & ernanda, r. (2021). *Elidayati 2021_book_metode penelitian ekonomi*.
<https://repository.unai.edu/id/eprint/653/1/%5Biii.a.1.a.2.8%5d%20fullbook%20metode%20penelitian%20ekonomi.pdf>
- Rahayu, s., & harsono, m. (2023). Loyalitas konsumen : konseptualisasi, anteseden dan konsekuensi. *Jesya*, 6(2), 1581–1593.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1169>
- Ridwan, m., & hanafiah, h. (2021). Analisis strategi pemasaran kedai kopi om bewok. *Business, entrepreneurship and finance*, 1(3).
<https://doi.org/10.53067/ijebe>
- Risal, m., efendi, a., & firmanzah, a. (2025). The influence of marketing mix and cafe atmosphere on customer loyalty through customer satisfaction as a mediation variable. *Jurnal aplikasi bisnis dan manajemen*.
<https://doi.org/10.17358/jabm.11.1.141>
- Riyanto, j., & muchayatin. (2023). Jurnal ilmiah manajemen dan kewirausahaan pengaruh digital marketing dan customer relationship marketing terhadap loyalitas konsumen traveloka di kota semarang. *Jimak*, 2(1), 2809–2406.
<https://doi.org/10.55606/jimak.v2i1.899>
- Rizki khaesarani, i., & khairani hasibuan, e. (2021). *Studi kepustakaan tentang model pembelajaran think pair share (tps) dalam meningkatkan hasil belajar matematika siswa* (vol. 15). <https://www.oecd.org/pisa/>
- Rorong, c., tawas, h. N., rogi, m., juliany rorong, c., novie tawas, h., rogi, m. H., & ekonomi dan bisnis jurusan manajemen, f. (2023). *The effect of café atmosphere and service quality on customer loyalty with brand image as an intervening variable at café i care langowan*. 11(2), 255–264.
<https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.47966a>

- Sasmiyarsi, w., & meliana, v. (2019). *Pengaruh inovasi proses t-cash tap terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan telkomsel*.
- Setiawan, a. (2024). *Pengaruh digital marketing instagram dan suasana cafe terhadap keputusan pembelian pada cafe teaster makassar* (vol. 1, issue 3).
- Sidharta, g. (2020). *Teori pertukaran sosial (social exchange theory) thibaut & kelley*. <https://www.researchgate.net/publication/344774544>
- Sihombing, m. M., arifin, m. H., & maryono. (2021). *Pengaruh varian menu, harga, dan suasana cafe, terhadap kepuasan konsumen cafe miltie garden mulawarman banjarmasin*.
- Smkijo. (2023, november 20). *Loker pt kopi bintang indonesia (tomoro coffee)*.
- Sriyana, s., widiana, m. E., balatif, m., & haryono, h. (2023). Pengaruh customer relationship management dan realtionship marketing terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Indonesian journal of management science*, 2(1), 9–20. <https://doi.org/10.46821/ijms.v2i1.352>
- Statista. (2025, january 13). *Jumlah kafe dan bar di indonesia dari tahun 2019 hingga 2023*. Statista.
- Sundoro, f. M., suhardjo, y., & nisa, u. K. (2022). *Pengaruh kepuasan, kepercayaan, dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan shopee (studi kasus pada mahasiswa s1 manajemen universitas semarang)*. 11(7). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i11.11909>
- Toffin. (2020, november 12). *Memaksimalkan media sosial untuk bisnis kedai kopi*. Toffin insight.
- Tomorocoffee. (2025). *Tomoro coffee*.
- Vincent, v., & darmayanti, t. E. (2022). Pengaruh warna dan cahaya pada kafe roempi, janji jiwa dan kopi dari hati di tanjung balai karimun terhadap manusia. *Jurnal desain*, 9(3), 426. <https://doi.org/10.30998/jd.v9i3.11996>
- Wang, x., han, r., & yang, h. H. (2022). Exploring the factors that influence the intention to co-create open educational resources: a social exchange theory perspective. *Frontiers in psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.918656>
- Wang, z., hangeldiyeva, m., ali, a., & guo, m. (2022). Effect of enterprise social media on employee creativity: social exchange theory perspective. *Frontiers in psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.812490>
- Widiawati, idrus, i. I., & mario. (2023). *Perilaku nongkrong anak muda di cafe (studi pada pelanggan coffee shop kedai rakyat di watampone) widiawati 1, idham irwansyah idrus*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31334/ljk.v3i1.410>
- Yuan, l., & marzuki, a. (2024). What keeps historical theme park visitors coming? Research based on expectation confirmation theory. *Frontiers in psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1293638>