

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Karimuddin. (2022). Penelitian Kuantitatif. In N. Saputra (Ed.), *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Abubakar, H. R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Amarta, W. D. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Klinik Kopi di Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Universitas Sanata Dharma.
- Andari, D. S., & Mathori, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan Yogyakarta Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 3(2), 468–489. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i2.718>
- Anisa, N. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere dan Brand Name Terhadap Purchase Intention Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Ramayana Pettarani Makassar)*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Arianty, N. (2022). Monograf Store Atmosphere Pada Usaha Kuliner Untuk Meningkatkan Minat Beli Masyarakat. In *UMSU Press*. UMSU Press.
- Aulia, A. A., & Herawati, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. *Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 20(2), 75–92.
- Aunillah, I. H., Ediyanto, & Soeliha, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening Pada UD Lancar Jaya di Kabupaten Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(5), 962–974.
- Azhari, M. T., Bahri, A. F. B., Asrul, & Rafida, T. R. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Balaka, Y. (2022). Metodologi Penelitian Teori dan Aplikasi. In *Widina Bhakti*

Persada Bandung.

- Berliani, D. N. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel (Studi Kasus Konsumen Muslim di Teman Semeja Coffee And Space Sragi, Pekalongan) Intervening*. Universitas Islam Negeri.
- Chairida. (2024). *Mengenal Sosok Billy Kurniawan, Pengusaha Muda di Balik Kesuksesan Kopi Janji Jiwa*. Olenka.Id. <https://olenka.id/mengenal-sosok-billy-kurniawan-pengusaha-muda-di-balik-kesuksesan-kopi-janji-jiwa>
- Chriswinanto, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dimediasi Olah Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Pengguna Smartphone Xiaomi di Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dewi, L. S. L., Kurniawan, B., & Meiriyanti, R. (2024). Pengaruh Product Quality, Brand Image, Dan Promotion Terhadap Repurchase Intention Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 2(2), 70–78. <https://doi.org/10.31004/ijim.v2i2.81>
- Fauzi, I. (2022). *Strategi Bisnis : A Study Of Role Model Business And Retail Passion*. Bintang Semesta Media.
- Febrianty, P. A. T., Wardana, I. M., Giantari, I. G. A. K., & Ekawati, N. W. (2023). Niat Konsumen Membeli Kembali Berdasarkan Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan Elektronik, serta Hubungan Timbal Balik. In *Infes Media*.
- Firdausi, F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Produk Syahi Haleeb. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(5), 465–473. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i5.2204>
- GoodStats. (2024). *Hasil Survei Pola Konsumsi Kopi Orang Indonesia di Tahun 2024*. GoodStats.Id. <https://goodstats.id/publication/hasil-survei-pola-konsumsi-kopi-orang-indonesia-di-tahun-2024-AiM7t>

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. In *Cengage Learning* (8 Edition).
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hapsari, A. P. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Par's Life Café Kota Bandar Lampung)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Hariyanto, Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko F3 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(9), 1784–1795. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i9.2223>
- Harjadi, D., & Fitriani, L. K. (2024). *Marketing (Teori dan Konsep)*. PT Arr Rad Pratama.
- Harmiyanti, S., & Ningsih, F. R. (2025). The Influence Of Product Quality, Service Quality And Price On Repurchase Interest With Consumer Satisfaction. *Santhet: Jurnal Sejarah, Pendidikan Dan Humaniora*, 9(1), 151–160. <https://doi.org/10.36526/js.v3i2.4006>
- Huda, I. U., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Brand Awareness terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Warung Kopi 88 Banjar Indah Permai Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 4(4), 492–508. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i4.360>
- Iriani, N., Dewi, G. A. K. R. S., Sudjud, S., Talli, A. S. D. S., Setyowati, D. N., Lisarani, V., Arjang, Nurmillah, & Nuraya, T. (2022). *Metodologi Penelitian*. Rizmedia Pustaka Indonesia.
- Islami, M. M. U. (2023). Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi

- (Studi Pada Konsumen Seco Coffee Pancor Lombok Timur. In *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Khalis, R. A., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). The Effect of Product Quality, Service Quality and Store Atmosphere on Consumer's Repurchasing Interest at Ruang Kopi Bahagia Fatmawati, South Jakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(2), 358–371. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i2.874>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). Principles of Marketing. In *Pearson* (19th ed.).
- 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. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.794>
- Mamuaya, N. C. I. (2021). *Faktor Situasional, Atmosfir Toko, Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonik Pada Pembelian Impulsif Konsumen*. CV. Azka Pustaka.
- Martaputri, F. H., Herawaty, T., & Fordian, D. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Nakula Coffee Cikarang). *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 723–738. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1388>
- Maulida, M., Prihatini, A. E., & Listyorini, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang di Hypermart Semarang (Studi Pada Konsumen Hypermart Paragon Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 904–914. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2023.39652>
- Mercelina, S., & Renwarin, J. M. (2022). Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Seblak Pedas Neng Ochie). *KALBISIANA : Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(3), 3475–3491.

- Mu'izztikhomah, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Suasana Toko Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Pada KKV di Wilayah Tangerang dan Tangerang Selatan. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan Dan Bisnis*, 1(1), 387–398. <https://doi.org/doi.org/10.61132/prosemnasimkb.v1i1.30>
- Mufrihah, M. (2024). Kualitas Produk. In *Pengembangan Produk*. Eureka Media Aksara.
- Muharam, H., Chaniago, H., & Mujito. (2023). *Perilaku Konsumen*. Wawasan Ilmu.
- Mumtaz, F., & Yuliviona, R. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Bagi Pengguna Layanan Grabfood pada Aplikasi Grab di Kota Padang. *E-Jurnal Universitas Bung Hatta*, 21(2), 1–2.
- Muryati, E., & Sukardi. (2025). The Influence of Experiential Marketing and Store Atmosphere on Repurchase Intention through Consumer Satisfaction at Tyga Per Ampat Cafe. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(1), 160–175. <https://doi.org/doi.org/10.33096/jmb.v12i1.1015>
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respat, D. K. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS*. Pascal Books.
- Nita, D. (2020). *Pengaruh Komunikasi, Disiplin dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi PT. Extrupack Bekasi Barat* [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta]. <http://repository.stei.ac.id/1653/>
- Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230–243. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i2.4651>
- Permatasari, D. R., & Subarjo. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Rocket Chicken Yogyakarta. *Journal of Humanities Education Management Accounting and*

Transportation, 2(1), 164–173.

Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang Pada Konsumen Produk Scarlett Melalui Marketplace di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Business and Halal Industry*, 1(2), 1–17.

Purwanto, A. (2025). *Mengintip Tren dan Tantangan Bisnis Kopi 2025*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/artikel/mengintip-tren-dan-tantangan-bisnis-kopi-2025>

Puspita, N. H. M. D. (2023). *Kategori Umur Balita, Remaja, dan Dewasa Menurut Kemenkes, Jangan Salah*. Tempo. <https://www.tempo.co/gaya-hidup/kategori-umur-balita-remaja-dan-dewasa-menurut-kemenkes-jangan-salah--189378>

Putri, L. T., Diantara, L., & Pauwalisma, R. (2024). Store Atmosphere Dan Experiential Marketing Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Rotte Bakery Bangkinang. *MEKANISDA: Manajemen, Ekonomi, Akuntansi, Bisnis Digital, Dan Kewirausahaan*, 2(1), 96–102.

Ramdhan, S. M., & Sarah, S. (2024). The Influence of Store Atmosphere and Perceived Value on Consumer Repurchase Interest in Dreezel Coffee Pajajaran Branch, Bandung. *Dinasti International Journal of Management Science (DIJMS)*, 5(6), 1340–1349. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/dijms.v5i6>

Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen*. UIN KHAS Press.

Ritonga, W. (2020). *Pemasaran*. PT. Muara Karya (IKAPI).

Rizaldi, T., & Hutaruhut, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Meuligoe Kupa Atjeh Binjai. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 22(2), 291–303.

Rumasukun, M. R., Akbar, M. A., Yendra, & Lafiatur, U. L. (2022). Mediasi Kepuasan Konsumen Antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang

- Bedak Wardah di Matahari Departement Store Jayapura. *Economos: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 99–106.
- Sadili, M. (2024). *Tangerang Selatan Menjadi Destinasi Kuliner dan Gaya Hidup Terbaru di Jabodetabek*. BeritaBanten.Com. <https://beritabanten.com/tangerang-selatan-menjadi-destinasi-kuliner-dan-gaya-hidup-terbaru-di-jabodetabek/#:~:text=Tangerang Selatan Menjadi Destinasi Kuliner dan Gaya Hidup Terbaru di Jabodetabek,-Muhtar Sadili&text=Kawasan BSD City Kota Tangerang,bazaa>
- Setianingsih, W. E. S., Fadah, I., Wulandari, D., & Sudaryanto. (2024). *Inovasi Layanan & Store Atmosphere*. CV. Azka Pustaka.
- Setiawan, T. (2020). *Mahir Akuntansi: Belajar Cepat Akuntansi Biaya & Akuntansi Manajemen*. Bhuana Ilmu Populer.
- Setyawan, D. A. (2021). Modul Hipotesis dan Variabel Penelitian. In *Tahta Media Group*.
- Simbada.tangerangselatankota.go.id. (2024). *Jumlah Usaha Jasa Makan dan Minuman Menurut Jenis dan Kecamatan Tahun 2023*. Simbada.Tangerangselatankota.Go.Id. <https://simbada.tangerangselatankota.go.id/dataset/jumlah-usaha-jasa-makan-dan-minuman-menurut-jenis-dan-kecamatan-tahun-2023>
- Siokain, S., Fanggidae, R. P. C., Kurniawati, M., & Paulina, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Kedai & Cafe Fcb Kontainer Kupang). *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 4(6), 1477–1486. <https://doi.org/doi.org/10.35508/glory.v4i6.11683>
- Statista. (2024). *Sales value of Kopi Janji Jiwa in Indonesia from 2019 to 2023*. Statista.Com. <https://www.statista.com/statistics/1389817/indonesia-kopi-janji-jiwa-sales-value/>
- Sudaryanto, Subagio, N. A., Hanim, A., & Utami, W. (2024). *Consumer Behavior Gen Z*. Universitas Ciputra.
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Deepublish.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, cv.
- Supriyono, I. A., Rusilowati, U., Royani, Waskito, A., Aini, Q., Azizah, N., Rahardja, U., Zakaria, N. A. B., Arribathi, A. H., Iman, F. N., Sihotang, S. V., & Septiani, N. (2024). *Kiat Sukses Panduan SmartPLS Dari Data Hingga Publikasi Bereputasi*. Asosiasi Pendidikan Tinggi Informatika dan Komputer (APTIKOM).
- Top Brand Award. (n.d.). *Komparasi Brand Index*. Top Brand Award. Retrieved March 1, 2025, from https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=730&tahun_awal=2024&tahun_akhir=2025&brand1=janji jiwa
- Ulumiyah, F. (2020). The Influence Of Store Atmosphere, Brand Image and Quality Service To Repurchasing Interest With Satisfaction Consumer As Intervening Variable (Case Study On Elizabeth Mojokerto Bag Store Consumers). In *Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- USDA. (2024). Indonesia: Coffee Annual. In *United States Department of Agriculture (USDA)*. <https://www.fas.usda.gov/data/indonesia-coffee-annual-8>
- Wahida, S. N., Arief, M. Y., & Syahputra, H. (2023). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di Anita Cake Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(8), 1670–1686.
- Werung, Y. E. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kene Coffee House di Yogyakarta)*. Universitas Sanata Dharma.
- Widiartini, N. P. A., Wimba, I. G. A., & Puja, I. M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3, 1219–1230. <https://doi.org/https://doi.org/10.32795/vol4wamrtno1th24>

- Wijaya, L. S. T., Fridayani, J. A., & Maridjo, H. (2024). Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 35–56. <https://doi.org/10.26740/jepk.v12n1.p35-56>
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. PT Kimshafi Alung Cipta.
- Yoda, T. C. (2024). *Metodologi Penelitian Bisnis*. PT Kimshafi Alung Cipta.
- Yuliati, R. (2021). *Budaya Nongkrong Sebagai Gaya Hidup Para Perempuan Penikmat Kopi di Sidoarjo (Studi Kasus Pada Coffee Shop Sehari Sekopi di Kawasan Sekitar Transmart Sidoarjo)*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Yusuf, J. C., & Prayogo, F. R. (2021). *Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang di Traveloka*. Universitas Kristen Petra.
- Zuhdi, R., & Kesuma, M. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen pada Usaha Food and Beverage Dongdongg.Id Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(3), 554–570.