

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Gunawan and D. Azhar, “Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen pada Restoran Kopilao Puncak Bogor,” *J. Visionida*, vol. 6, no. 1, p. 60, 2020, doi: 10.30997/jvs.v6i1.2702.
- [2] M. I. Putri, “Pengaruh Store Atmosphere, Price, dan Experiential Marketing terhadap Customer Loyalty pada Aw Coffee Studi pada Pengunjung Aw Coffee Yogyakarta,” *Skripsi*, no. 8.5.2017, pp. 2003–2005, 2022, [Online]. Available: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- [3] M. Aliyuddin, “Pengaruh Experiential Marketing, Atmosphere Toko, dan Sense Of Trust terhadap Kepuasan Konsumen Mahasiswa Kedai Kopi Pete, Kota Malang,” *Skripsi*, no. February, p. 6, 2021.
- [4] D. Rosnaini, *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*, no. May 2017. 2019.
- [5] I. Yanti Febrini, R. Widowati PA, and M. Anwar, “Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta,” *J. Manaj. Bisnis*, vol. 10, no. 1, pp. 35–54, 2019, doi: 10.18196/mb.10167.
- [6] I. Sumayyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan , dan Store Atmsphere terhadap Kepuasan Konsumen pada 404 Eatery And Coffe , Jakarta Timur,” *J. Adm. Bisnis*, vol. 3, no. 2, pp. 21–28, 2019.
- [7] A. Apriyadi, A. Muslihat, and S. Siregar, “Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Limasan,” *Forum Ekon.*, vol. 23, no. 3, pp. 421–430, 2021, [Online]. Available: <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- [8] E. Ariningtyas and I. A. K. Rachmawati K, “Menguji Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di Wedangan Jimboeng,” *Excellent*, vol. 7, no. 1, pp. 115–123, 2020, doi: 10.36587/exc.v7i1.670.
- [9] R. Melia Wida and R. Wulan, “Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Studi Pada Konsumen Produk Wardah di Kecamatan Talaga,” *J. Bisnis Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 4, 2023.
- [10] S. James, T. Hendra Novi, and S. Reitty Lily, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe 3.Am Koffie Spot Manado,” *J. EMBA*, vol. 9, no. 4, pp. 126–135, 2021.
- [11] I. Meithiana, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, vol. 21, no. 1. 2020. [Online]. Available: <http://journal.um->

- [12] S. F. Dilla and N. Ngatno, "Pengaruh Harga dan Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Konsumen General Repair PT Nasmoco Pemuda Semarang," *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 9, no. 4, pp. 599–608, 2020, doi: 10.14710/jiab.2020.28922.
- [13] N. Rosyidah and A. L. Andjarwati, "Pengaruh Self-Service Technology Quality terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi Studi pada Pelanggan Mcdonald'S di Surabaya," *Image J. Ris. Manaj.*, vol. 10, no. 1, pp. 14–27, 2021, doi: 10.17509/image.v10i1.31448.
- [14] C. Cesariana, F. Juliansyah, and R. Fitriyani, "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)," *J. Manaj. Pendidik. Dan Ilmu Sos.*, vol. 3, no. 1, pp. 211–224, 2022, doi: 10.38035/jmpis.v3i1.867.
- [15] Y. B. Arsandi, "Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen pada Klub Sehat Nutrition Club's di Bandar Lampung," *Skripsi*, vol. 2, no. 8.5.2017, pp. 2003–2005, 2022.
- [16] "Bab II Kajian Pustaka," *Skripsi*, pp. 12–26, 2021.
- [17] Saptutyingsih and Setyaningrum, "Metode Penelitian," *Metod. Penelit.*, pp. 1–9, 2019, [Online]. Available: [http://repository.stei.ac.id/1738/4/BAB III.pdf](http://repository.stei.ac.id/1738/4/BAB%20III.pdf)
- [18] H. Manggala, G. P. Adirinekso, and M. Si, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Mediasi Studi pada Shaburi Kelapa Gading," *J. Manaj.*, vol. 19, no. 1, pp. 39–53, 2022.
- [19] I. K. I. K. S. A. Sukendra, *Instrumen Penelitian*. 2020.
- [20] Ghozaly, "Objek dan Metode Penelitian," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019.
- [21] E. D. Soeprajitno, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Konsumen Stand Pakaian Pasar Tradisional Bandar Kediri," *Jur nal Ekon. Bisni s*, vol. 4, no. 2, pp. 298–315, 2018.
- [22] M. S. Hidayat, "Pengaruh Harga dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Dreamblack Coffee Mojokerto," *Bisman*, vol. 21, no. 1, pp. 1–9, 2020.
- [23] P. V. A. Dewi, A. . P. Agung, and I. M. S. Prayoga, "Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Langkah Coffee Shop," vol. 2, pp. 102–108, 2021.

- [24] A. Ariyanto and U. Narimawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal Lippo Karawaci," *J. Educ. Hum. Soc. Sci.*, vol. 5, no. 1, pp. 371–381, 2022, doi: 10.34007/jehss.v5i1.1228.
- [25] N. W. G. Kusumawathi, D. P. Darmawan, and I. ga O. Suryawardani, "Pengaruh Store Atmosphere , Kualitas Produk , dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Seniman Coffee Studio," *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, vol. 8, no. 1, pp. 1–10, 2019.
- [26] J. Andrew, K. Howard, and A. Harianto, "Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen di Carnivor Surabaya," no. 1, 2019.
- [27] S. P. F. Hilman and N. Marlina, "Pengaruh Experiential Marketing dan Persepsi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Gubug Makan Mang Engking Juanda Sidoarjo," *J. Ilm. Manaj.*, vol. 15, no. 2, pp. 173–189, 2020.