

DAFTAR PUSTAKA

- Ariswara Resma, Aprilia Nabila, Arifah Alfin N., Madyasari R., & Akbar Taupik . (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Umkm (Studi Kasus Kedai Donki Eatery & Coffee). *Sustainability in Action: Transformative Strategies in Management and Accounting*
- Astaki Ni Putu Dinda, P.P., & Purnami, N.M. (2019). Peran *Word of Mouth* Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, 8(9)
- Bahari Suryana, A. R., Ansari Harahap, D., & Akbar Rohandi, M. M. (2022). Pengaruh Price Discount, Store Atmosphere, dan Service Quality terhadap Costumer Loyalty di Critoe Coffee Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.367>
- Effendy Mochtar L., Sari Maheni Ika, & Hermawan Haris. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warung Kopi Cak Kebo. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 8(2)
- Ghozali Imam, (2021). Desain Penelitian Kuantitatif Kualitatif untuk Akutansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya. Penerbit: Yoga Pratama:978-602-0896-12-0.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate (I. Ghazali, Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Google Map. (2023), https://www.google.com/maps/place/Koffiegrafi/@-6.7145926,111.1489969,15.17z/data=!4m6!3m5!1s0x2e772d7429e9b39f:0x1772e175c986de6c!8m2!3d6.7159384!4d111.1504655!16s%2Fg%2F11qspp2xyj?entry=tту&g_ep=EgoyMDI1MDExNS4wIKXMDSOASAFQAw%3D%3D
- Joana Ivy, Martok Yenni, B.A (Hons.). (2023). The Influence Of Service Quality, Café Atmosphere, And E-Wom Toward Customer Loyalty At Pilastro Signature Medan. *Jurnal MAKBIS (Mahkota Bisnis)*, 2 (2).
- Gunawan, F., Afyani, N. P., & Soesetyo, S. (2023). The effect of service quality, store atmosphere and brand image on customer loyalty in the Jakarta local coffee shop. *Review of Management and Entrepreneurship*, 07, 2.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). Manajemen Pemasaran Edisi 15. Jakarta: Erlangga..

- Kristanto, Y. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 13-22.
- Lasmi, N. W., Ariwangsa, I. G. N. O., Laksmi P, K. W., & Rumadana, P. E. (2023). Store Atmosphere, *Word of Mouth* Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Sekopi Renon Denpasar. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 5(2), 149–160. <https://doi.org/10.33503/ecoducation.v5i2.3442>
- Mea Dua, M. H. C., & Laga, Y. (2021). Pengaruh Relationship Marketing, Suasana Kafe, Dan Kepuasan Pengunjung Terhadap Loyalitas Pelanggan Mokka Coffee Ende. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 5(2), 131–139. <https://doi.org/10.33005/mebis.v5i2.83>
- Munandar, A., & Erdkhadifa, R. (2023). Pengaruh *Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, Store Atmosphere, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warkop Kidol Lepen Tulungagung. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 2(1), 50–74. <https://doi.org/10.21274/reinforce.v2i1.7397>
- Nie Norman H., Bent Dale H., Hull C. Hadlai. (1968). SPSS 26. *IMB SPSS Statistics*
- Nur Fiyar, H.K.(2023). Pengaruh Pemasaran *Word of Mouth* dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Coffee Shop Simalis. *Jurnal Mekar*, 2(2)
- Oktaviani, N. (2019). Pengaruh Promosi, Harga dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Mantan Cafe Rawamangun. 12(2), 6–25.
- Pedoman Penyusunan Skripsi. (2021). FEB: Universitas Muria Kudus. <https://manajemen-feb.umk.ac.id/index.php/akademik/skripsi/panduan-skripsi>
- Pérez-Morón, J., Madan, S., Cheu, J. Y., Kee, D. M. H., Cheong, L. C., Chin, R., Cheng, J., & García, A. P. M. (2022). Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A case study of Starbucks in Malaysia. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*, 5(1), 62–74. <https://doi.org/10.32535/ijthap.v5i1.1402>
- Rafika, N. A., & Yulhendri. (2020). The Effect of Store Atmosphere, Product Quality, Customer Satisfaction and Electronic *Word of Mouth* on Customer Loyalty in Gubuk Coffee Padang. 124(2019), 788–802. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.146>

- Razak Mashur, (2016). *Perilaku Konsumen*. Bagian penerbitan Alauddin University Press. 978-602-328-203-6.
- Rifkhan. (2022). Membaca Hasil Regresi Data Panel. Penerbitan: Cipta Media Nusantara. ISBN 978-623-564791-3. https://www.google.co.id/books/edition/Membaca_Hasil_Regresi_Data_Panel/n9iAEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=membaca%20hasil%20regresi%20data%20panel&pg=PR2&printsec=frontcover
- Rifkhan, (2023). Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel Dan Kuesioner. Penerbit: Adab. ISBN 978-623-497-433-1
- Sari, A. P., Safina, W. D., (2019). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Draja Coffee Kualanamu Internasional Airport. *Prosiding Seminar*, 1258–1266.
- Soegiarto, D., Arlita, B. F., & Ayu, S. D. (2023). Pengaruh Kesadaran Pajak, Pemahaman Peraturan Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 9(1), 82-95. <https://doi.org/10.26486/jramb.v9il.3243>
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Penerbit: Alfabeta, CV. ISBN 979-8433-64-0.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Penerbit Alfabeta, CV. ISBN 979-8433-64-0.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. Penerbit Alfabeta, CV. ISBN 979-8433-64-0.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen* , 5(3).
- Wahjusaputri Shinta, M.M., dan Anim Purwanto, M.Pd. (2021). Statistika Pendidikan Teori Dan Aplikasi. Penerbit: CV. Bintang Semesta Media. ISBN 978-623-5472-81-2.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
- Yuwono Steve. (2021). Instagram Koffie Grafi. <https://www.instagram.com/koffiegrafi/>
- Zakaria, S., & Maddinsyah, A. (2022). The Effect of Green Marketing, Brand Image, Store Atmosphere, and Quality of Service on Customer Loyalty at

Bojongsari Starbucks. *Jurnal Ad'ministrare*, 9(1), 255. <https://doi.org/10.26858/ja.v9i1.36525>.

