

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Par's Life Café Kota Bandar Lampung)**

Skripsi

disusun untuk memenuhi satu di antara syarat memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata

Oleh:

Aulia Putri Hapsari

1701882



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2022

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Par's Life Café Kota Bandar Lampung)**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing

Pembimbing 1



Dr. Dewi Turgarini, M.M.Par.
NIP. 197003212008122001

Pembimbing 2



Cep Ubad Abdullah, M.Pd.
NIP. 920190219880320101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, M.M.Par.
NIP 197003212008122001

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Par's Life Café Kota Bandar Lampung)**

oleh

Aulia Putri Hapsari

1701882

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi satu di antara syarat memperoleh
Gelar Sarjana (S-1) Program Studi Manajemen Industri Katering
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

© Aulia Putri Hapsari

Universitas Pendidikan Indonesia 2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang


Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak
ulang, fotokopi atau cara lainnya tanpa izin peneliti

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Par's Life Café Kota Bandar Lampung)**" ini sepenuhnya adalah karya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan jiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung semua risiko atau sanksi yang diberikan dikemudian hari apabila ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan serta adanya klaim dari pihak lain terhadap kebenaran atau keaslian dari karya saya ini.

Bandung, 28 Juli 2022

Pembuat Pernyataan



Aulia Putri Hapsari

NIM 1701882

PRAKATA

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik. Penelitian skripsi ini merupakan syarat untuk menyelesaikan program sarjana di Program Studi Manajemen Industri Katering. Penelitian skripsi ini berjudul **Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Par's Life Café Kota Bandar Lampung)**.

Peneliti sangat menyadari bahwa jika tanpa adanya bimbingan, bantuan, serta doa dari pihak lain, skripsi ini tidak dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan dalam pengerjaan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, doa, nasihat serta kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah peneliti dalam proses pengerjaan skripsi.
2. Prof. Dr. H. M Solehuddin, M.Pd., M.A selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku Dekan FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
4. Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM.Par, selaku ketua Program Studi Manajemen Industri Katering, dan juga selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan bimbingan kurang lebih selama ini kepada peneliti yang dilaksanakan dengan baik, selalu memberikan masukan atau ide, serta memotivasi agar selalu semangat dalam menuntaskan pengerjaan skripsi dari awal hingga selesai dikerjakan.
5. Cep Ubad Abdullah, M.Pd., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan kurang lebih selama ini dengan baik, memberikan arahan dalam pengerjaan skripsi ini, juga memberikan semangat dan memotivasi untuk selalu fokus demi mencapai target dengan baik.

6. Rahmat Putra Pamuji yang selalu memberikan semangat dan mendorong untuk selalu fokus serta memberikan bantuan dalam setiap pengerjaan skripsi ini.
7. Teman-teman peneliti, yaitu Rizma Ismaya dan Sa'iqoh Dianah yang menemani dan menjadi teman bercerita selama pengerjaan skripsi, serta memberikan semangat untuk tetap mengerjakan skripsi dengan baik.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemen Industri Katering Angkatan 2017.
9. Seluruh responden dan narasumber yang telah menyempatkan diri untuk mengisi kuesioner dan melakukan wawancara mengenai topik penelitian ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh peneliti satu per satu dan telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah swt, senantiasa membalas semua kebaikan dan ketulusan yang diberikan kepada penulis.

ABSTRAK

Perkembangan bisnis *café* saat ini semakin berkembang pesat. Banyaknya *café* yang bermunculan, secara langsung menyebabkan tingginya tingkat persaingan, *café* yang tidak mampu bersaing akan mudah dikalahkan oleh pesaingnya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dengan metode kuesioner kepada konsumen Par's Life Café. Teknik analisis data menggunakan regresi analisis jalur (*path analysis*), dan *sobel test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kepuasan konsumen berhasil memediasi secara signifikan terhadap hubungan *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang

Kata kunci: *Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang*

ABSTRACT

The development of the cafe business is currently growing rapidly. The number of cafe that have sprung up directly causes a high level of competition, cafes that are not able to compete will be easily defeated by their competitors. The purpose of this study was to determine the effect of store atmosphere and service quality on repurchase interest with consumer satisfaction as a mediating variable. The type of research used in this research is quantitative with an associative descriptive approach. The data collection technique used is primary data with a questionnaire method to Par's Life Café consumers. The data analysis technique used path analysis regression (path analysis), and Sobel Test. The results showed that store atmosphere and service quality had a direct and significant effect on customer satisfaction, and customer satisfaction had a significant effect on the relationship between store atmosphere and service quality on repurchase interest.

Keyword: *Store Atmosphere, Quality Service. Customer satisfaction, Repurchase Intention*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
PRAKATA	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Pariwisata	9
2.2 Industri Pariwisata	10
2.1.1 Ruang Lingkup Industri Pariwisata	11
2.1.2 Restoran	12
2.2 Jasa	14
2.3.1 Karakteristik Jasa	15
2.4 Bauran Pemasaran	16
2.4.1 Store Atmosphere	17
2.4.2 Kualitas Pelayanan	21
2.5 Kepuasan Konsumen	22
2.6 Minat Beli Ulang	24
2.7 Hubungan antara Variabel Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang	26
2.8 Kajian Empiris Penelitian Terdahulu	28

2.9 Kerangka Pemikiran	33
2.10 Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	35
3.2. Jenis Penelitian	35
3.3 Operasional Variabel	36
3.4 Populasi, Sampling dan Teknik Sampling	40
3.4.1 Populasi	40
3.4.2 Sampel	40
3.4.3 Teknik Sampling.....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Instrumen Penelitian.....	43
3.7 Uji Instrumen.....	45
3.7.1 Uji Validitas.....	45
3.7.2 Uji Reliabilitas	49
3.8 Teknik Analisis Data	50
3.8.1 Analisis Deskriptif	51
3.9. Uji Asumsi Klasik	52
3.9.1 Uji Normalitas	52
3.9.2 Uji Multikoleniaritas.....	53
3.9.3 Uji heteroskedastisitas	53
3.10. Uji Hipotesis	54
3.10.1 Teknik analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	54
3.10.2 Uji Simultan F	54
3.10.3 Analisis Jalur (Path Analysis).....	55
3.10.4 Uji Sobel Test	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.2 Pelaksanaan Penelitian.....	57
4.3 Karakteristik Responden.....	58
4.3.1 Pengalaman responden	60

4.4 Hasil Pengujian Deskriptif	61
4.4.1 Tanggapan Responden pada Pengetahuan Store Atmosphere...	61
4.4.2 Tanggapan Responden pada Pengetahuan Kualitas Pelayanan .	62
4.4.3 Tanggapan Responden pada Pengetahuan Minat Beli Ulang....	64
4.4.4 Tanggapan Responden pada pengetahuan Kepuasan Konsumen	66
4.5 Uji Asumsi Klasik	67
4.5.1 Uji Normalitas	67
4.5.2 Uji Multikoleniaritas.....	69
4.5.3 Uji Heteroskedasitas	70
4.6 Uji Hipotesis.....	72
4.6.1 Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	72
4.6.2 Uji Signifikan Simultan F.....	73
4.6.3 Uji Regresi Analisis Jalur (Path Analysis)	74
4.6.4 Uji Sobel Test	79
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Simpulan.....	88
5.2Saran	89
DAFTAR RUJUKAN	91
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Tahun 2021 di Par's Life Café	4
Tabel 1.2 Prasarvei Penelitian Par's Life Café Bandar Lampung	5
Tabel 2.1 Kajian Empiris Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2.2 Indikator Variabel	33
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen.....	43
Tabel 3.3 Skala Likert	44
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i>	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	47
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	48
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang.....	48
Tabel 3.8 Hasil Uji Realibilitas	50
Tabel 3.9 Kategori Penilaian Presentase	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	59
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mendatangi Par's Life Cafe	60
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Mendatangi Par's Life Café.....	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden pada Variabel <i>Store Atmosphere</i>	61
Tabel 4.8 Tanggapan Responden pada Kualitas Pelayanan.....	63
Tabel 4.9 Tanggapan Responden pada Minat Beli Ulang.....	64
Tabel 4.10 Tanggapan Responden pada Kepuasan Konsumen	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Struktur I.....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Struktur II.....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikoleniaritas Struktur I	69

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikoleniaritas Struktur II.....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteriskedasitas Struktur I	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteriskedasitas Struktur II	71
Tabel 4.17 Nilai Koefisien Determinasi Struktur I	72
Tabel 4.18 Nilai Koefisien Determinasi Struktur II.....	73
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan F Struktur I.....	73
Tabel 4.20 Hasil Uji Simultan F Struktur II.....	74
Tabel 4.21 Hasil Uji Analisis Jalur Struktur I.....	74
Tabel 4.22 Hasil Uji Analisis Jalur Struktur II	76
Tabel 4.23 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, Dan Pengaruh Total Setiap Variabel	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3.1 Rumus Pearson Product Moment.....	44
Gambar 3.2 Garis Kontinum.....	52
Gambar 4.1 Garis Kontinum <i>Store Atmosphere</i>	62
Gambar 4.2 Garis Kontinum Kualitas Pelayanan	64
Gambar 4.3 Garis Garis Kontinum Minat Beli Ulang	65
Gambar 4.4 Garis Kontinum Kepuasan Konsumen.....	67
Gambar 4.5 Diagram Jalur Struktur I.....	76
Gambar 4.6 Diagram Jalur Struktur II	77
Gambar 4.7 Hasil Uji <i>Sobel</i>	79

DAFTAR RUJUKAN

- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y.-N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB). *Spanish Journal of Marketing - ESIC, ahead-of-p*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/sjme-12-2019-0109>
- Abuthahir, S. B. S., & Krishnapillai, G. (2018). How does the Ambience of Cafe Affect the Revisit Intention among its Patrons? A S on the Cafes in Ipoh, Perak. *MATEC Web of Conferences*, 150. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201815005074>
- Akbar, M. F., & Siswanto, E. (2021). The influence of Store Atmosphere And Perceived Value on Behavioral Intention Through Customer Satisfaction (Research on Skydome Batu Customer). *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(07), 72–80.
- Andrea, K., Rozehnal, P., & Gaži, F. (2022). The Use of Quantitive Methods in Business Practice: Study of Czech Republic. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 10(1), 80–99. <https://doi.org/10.37335/ijek.v10i1.159>
- Arieska, P. K., & Herdiani, N. (2018). Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif. *Jurnal Statistika*, 6(2), 166–171.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Camilleri, M. A. (2018). *The Tourism Industry: An Overview* (Issue October). https://doi.org/10.1007/978-3-319-49849-2_1
- Duman, F. (2020). Effects of Coffee Shops' Food Quality, Service Quality and Ambience Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Batman, Turkey. *International Journal of Innovative Approaches in Social Sciences*, 4(3), 54–68. <https://doi.org/10.29329/ijiasos.2020.278.1>
- Fanggidae, A. H. . (2018). Strategi Industri Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Nusa Tenggara Timur. *Journal of Management (SME's)*, 7(2), 287–300.
- Faradiba, & Astuti, S. R. T. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi

- pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–11.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Gumilang, M. F., Yuliati, L. N., & Indrawan, R. D. (2021). Repurchase Intention of Millennial Generation in Coffee Shop with the Coffee-To-Go Concepts. 8(February), 347–361.
- Hakim, L. (2010). Industri Pariwisata dan Pembangunan Nasional. *Among Makarti*, 3(5), 70–78.
- Hermawati, S., & Milawaty, Y. (2016). Potensi Industri Pariwisata Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 21(3), 96961. <https://doi.org/10.35760/eb>.
- Hussain, R., & Ali, M. (2015). Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, 7(2), 35–43. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n2p35>
- Ilmi, Z., & Darma, D. C. (2020). Can Servqual Mediate From the Store Atmosphere and Customer Satisfaction? *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 42(3), 359–368. <https://doi.org/10.15544/mts.2020.36>
- International Labour Organization. (2011). *Toolkit on Poverty reduction through Tourism in rural areas*.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Gerbang Media Aksara dan STiPrAm.
- Ishmael, & Dei, R. (2018). Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Repurchase Intention in Restaurants on University of Cape Coast Campus. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(1), 27–36. <http://doi.org/10.5281/zenodo.1247542>
- Islam, T., Ahmed, I., Ali, G., & Ahmer, Z. (2019). Emerging trend of coffee cafe in Pakistan: factors affecting revisit intention. *British Food Journal*, 121(9), 2132–2147. <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2018-0805>
- Jaber, L., Basalamah, R., & Wahono, B. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko Dan Keragaman Produk Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*. 82–94.
- Jalil, N. A. A., Fikry, A., & Zainuddin, A. (2016). The Impact of Store

- Atmospherics, Perceived Value, and Customer Satisfaction on Behavioural Intention. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 538–544. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30162-9](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30162-9)
- Khuong, M. N., & Quynh, D. N. (2018). The Impact of Atmospheric Factors on Repurchase Intention at Upscale Restaurants in Ho Chi Minh City, Vietnam. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 9(1), 29–34. <https://doi.org/10.18178/ijtef.2018.9.1.584>
- Kim, H. J., Park, J., Kim, M. J., & Ryu, K. (2013). Does perceived restaurant food healthiness matter? Its influence on value, satisfaction and revisit intentions in restaurant operations in South Korea. *International Journal of Hospitality Management*, 33(1), 397–405. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.10.010>
- Lin, S. Y., & Chang, C. C. (2020). Tea forwell-being: Restaurant atmosphere and repurchase intention for hotel afternoon tea services. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3). <https://doi.org/10.3390/su12030778>
- Lupiyadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat.
- Marinkovic, V., Senic, V., Ivkov, D., Dimitrovski, D., & Bjelic, M. (2014). The antecedents of satisfaction and revisit intentions for full-service restaurants. *Marketing Intelligence and Planning*, 32(3), 311–327. <https://doi.org/10.1108/MIP-01-2013-0017>
- Megawati, Y. (2006). Kualitas Pelayanan Terkait Dengan Kepuasan Konsumen Dalam Industri Jasa. *Business Management Journal*, 2(2), 1–11. <https://doi.org/10.30813/bmj.v2i2.589>
- Mellisa, M., Ardana, I., & Yong, S. (2017). Kajian Behavioral Setting Pada Interior Café Di Surabaya. *Jurnal Intra*, 5(2), 937–945.
- Mensah, I., & Mensah, R. D. (2018). Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Repurchase Intention in Restaurants on University of Cape Coast Campus. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(1), 27–36. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1247542>
- Mukhsin, R., Mappigau, P., & Tenriawaru, A. N. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pengolahan Hasil Perikanan di Kota Makassar. *Jurnal Analisis*, 6(2), 188–193. <http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/ef79bd330d16ba9fda32510e0a581953.pdf>
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen Penelitian dan urgensinya dalam Penelitian

kuantitatif. *Jurnal Almasharif*, 4(1), 59–75.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Oktafianti, A., Ahman, E., & Masharyono. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Puri Lestari Catering Bandung. *Gastronomy Tourism Journal*, 2(1), 161–171.

Omar, M. S., Ariffin, H. F., & Ahmad, R. (2016). *Service Quality, Customers' Satisfaction and the Moderating Effects of Gender: A Study of Arabic Restaurants*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224(August 2015), 384–392. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.393>

Ongkohadi H, Y. (2014). Perancangan Interior Magnum Kafe di Surabaya. *Jurnal Intra*, 2(2), 421–425.

Prabowo, S. A. (2018). Pengaruh Suasana Toko , Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mirota Kampus Godean. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(7), 2018.

Pratiwi, R. S., Soebandi, S., & Dharmani, I. G. A. A. N. (2020). The Influence of Service Quality, Price Perception, and Store Atmosphere On Repurchase Intention (Case Study at The Teras Atas Cafe Surabaya). *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(2), 147–156. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems81>

Purwaningsih, T. (2020). Penerapan *Outcome Based Education & Blended Learning* Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Menghadapi Era Industri 4.0 Pada Mata Kuliah Teknik Sampling. *Refleksi Pembelajaran Inovatif*, 2(1), 233–243.

Puspoyo, A. C., Setiawan, A. P., & Wondo, D. (2015). Perancangan Interior Kafe Dan Resto The Historic Of Blitar. *Jurnal Intra*, 3(2), 80–91.

Raihana, Z., & Setiawan, P. Y. (2018). Anteseden Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(4), 1892–1919.

Rismawati, & Sitepu, E. S. (2021). The Influence of Service Quality, Destination Image, and Memorable Experience on Revisit Intention with Intervening Variables of Tourist Satisfaction. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 5(1), 77–87. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v5i1.2097>

Robinson, P., Lück, M., & Smith, S. (2017). An introduction to tourism. *Tourism*, 3–34. <https://doi.org/10.1079/9781780642970.0003>

- Rohmah, I. L., & Wahyudin, A. (2015). Pengaruh *Environmental Performance* Terhadap *Economic Performance* Dengan *Environmental Disclosure* Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Pada Tahun 2010 – 2012). *Accounting Analysis Journal*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.15294/aaaj.v4i1.7806>
- Rooroh, C. A. M., Moniharapon, S., Loindong, S. J. R., Cafe, P. S., Pelayanan, K., & Harga, D. A. N. (2020). Pengaruh Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 130–140. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.30599>
- Sadana, I. . (2013). Strategi Pengembangan Desa Wisata Ekologis di Desa Belimbing Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan. *Analisis Pariwisata*, 11–31.
- Santoso, E. B., Yong, S. de, & Kayogi, D. T. (2019). Perancangan Interior Café untuk Meningkatkan Interaksi Sosial di Surabaya. *Intra*, 7(2), 1003–1010.
- Sara, F. M., Sara, F. M., Ningsih, C., Andari, R., Katering, M. I., Pendidikan, F., & Pengetahuan, I. (2017). Pengaruh *Physical Evidence* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Café Infinito Culinary Bandung. *Gastronomy Tourism Journal*, 3(2), 6–18.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>
- Selfia, B. Y., Dian, J., Sari, E., Pratiwi, X. I., Dewi, I. U., Masyarakat, D. K., Masyarakat, F. K., & Masyarakat, F. K. (2021). Kebijakan Physical Distancing Terhadap Kecemasan Mahasiswa: *Studi Cross Sectional Physical Distance Policy on Undergraduate Student Anxiety: A Cross-Sectional Study*. 2655, 49–55.
- Setiawan, P. A., & Rastini, N. M. (2021). The Effect of Product Quality , Service Quality , and Atmosphere Stores on Customer Satisfaction and Its Impact on Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Science Research (AJHSSR)*, 5(4), 395–402.
- Sharif, N., Jamil, R., & Nasir, M. (2017). The Increasing Dine-out Trend : Investigation from Karachiites. *Internatonal Journal of Experiential Learning & Case Studies*, 2(December), 1–11.

- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>
- Soebandhi, S., Wahid, A., & Darmawanti, I. (2020). *Service quality and store atmosphere on customer satisfaction and repurchase intention. BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.26740/bisma.v13n1.p26-37>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyawati, N. M. A., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8), 250437.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*.
- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. N. (2017). *Customer Satisfaction as mediator between website service quality and repurchase intention: An emerging economy case. Service Science*, 9(2), 106–120. <https://doi.org/10.1287/serv.2016.0159>
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.
- Tejantara, A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Niat Pembelian Ulang (Studi Pada Oli Sepeda Motor Merek Eni di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5686. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p17>
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. bayumedia Publishing.
- Tulipa, D., Gunawan, S., & Supit, V. H. (2014). The Influence of Store Atmosphere on Emotional Responses and Re-Purchase Intentions. *Business Management and Strategy*, 5(2), 151. <https://doi.org/10.5296/bms.v5i2.6144>
- Wibisono, A., & Syahril. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Performance "Jurnal Bisnis & Akuntansi"*, 6(2), 32. <https://doi.org/10.24929/feb.v6i2.268>
- Wibowo, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umum Bus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(April), 67–

81.

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>