

## DAFTAR PUSTAKA

- A, M. W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya* (Keempat). Andi.
- Alma, B. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Azzuhri, M., & Tanjung, A. D. (2018). Interior Design at Coffee Shop as a Factor Influencing Customer Retention and Mediating Role of Perceived Customer Satisfaction. *Journal of Entrepreneur and Entrepreneurship*, 6(2), 43–54.
- Budiawan, W., & Christine. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix ( 7P ) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen ( Studi pada House of Moo, Semarang ). *Industrial Engineering Online Journal*, 6 (1).
- George, B., & Michael. (2007). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective* (8th Editio).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Grădinaru, C., Toma, S.-G., & Marinescu, P. (2016). Marketing Mix in Service. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, XVI(Issue 1), 311–314. [http://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/RO/wp-content/uploads/2015/03/ANALE-vol-16\\_issue\\_1\\_site.pdf](http://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/RO/wp-content/uploads/2015/03/ANALE-vol-16_issue_1_site.pdf)
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Imalia, I., & Aprileny, I. (2020). *The influence Of price , facilities , and location to purchase decision*. 1–17.
- Kolong, K. (2020). *Pertumbuhan bisnis cafe 15-20% setiap tahun*. Kafe Kolong Jember. <https://www.kafekolong.com/pertumbuhan-bisnis-kafe-15-20-setiap-tahun>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasara* (Millenium). Erlangga.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Ke-12). Indeks.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1). PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (Jilid 1). Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Erlangga.
- Lee, M. S., Hsiao, H. D., & Yang, M. F. (2015). The study of the relationships among experiential marketing, service quality, customer satisfaction and customer loyalty. *The International Journal of Organizational Innovation*, 4(4), 352–378.
- Lovelock, & Wirtz, J. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif* (Edisi 7). Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. PT. Salemba Empat.
- Mulyana, T., & Suyanto, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *E-Proceeding of Management*, 6(2).
- Muwaffaq, A., & Hadi, M. (2018). *Pengaruh Desain Interior Dan Desain Eksterior Pada Tasya Fashion*. 221–225.
- Nugroho, A. A., & Santoso, E. B. (2018). PENGARUH DESAIN INTERIOR DAN DESAIN EKSTERIOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MALIA CAKE & BAKERY CABANG PASURUAN. *Jurnal Aplikasi Bisnis, Volume 4*.
- Nugroho, R., & Japarianto, E. (2013). Physical Evidence , Product , Promotion , Coffee Cozies Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Pangenggar, G., Hidayat, W., & Nurseto, S. (2014). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Konsumen “Warung Kopi Tunjang Cafe and Restaurant” Semarang)*. 59(9–10).
- Payne. (2000). *Pemasaran Jasa, The Essence Of Service Marketing*. Andi.
- Putri, L. H., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(2), 84724.
- Ryu, K., & Jang, S. C. S. (2007). The Effect of Environmental Perceptions on Behavioral Intentions Through Emotions: The Case of Upscale Restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31(1), 56–72. <https://doi.org/10.1177/1096348006295506>
- Sabrilia, T., Andari, R., & Abdullah, T. (2016). *Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Happy Cow Palasari Bandung (Survey pada Konsumen Di Happy Cow Palasari Bandung)*.
- 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, R. (2017). Pergeseran Budaya Ngopi Di Kalangan Generasi Muda Di Kota Tanjungpinang. *Foreign Affairs*, 91(5), 1689–1699. [http://jurnal.umrah.ac.id/wp-content/uploads/gravity\\_forms/1-ec61c9cb232a03a96d0947c6478e525e/2017/02/JURNAL35.pdf](http://jurnal.umrah.ac.id/wp-content/uploads/gravity_forms/1-ec61c9cb232a03a96d0947c6478e525e/2017/02/JURNAL35.pdf)
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business* (Edisi 4). Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business : a skill-building approach* (Seventh ed). John Wiley & Sons. [https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5\\_102084](https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084)
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. PT. Refika Aditama.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior; Buying, Having, and Being*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2014). *Populasi dan sampel. Dalam Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitas, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Anketansi*. Refika Aditama.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (Sixth Ed). Pearson Education.
- Tjan, S. (2015). The Impact of Marketing Mix On Customer Loyalty Towards Plaza Indonesia Shopping Center. *IBuss Management*, 3(2), 392–402. <https://media.neliti.com/media/publications/184720-EN-the-impact-of-marketing-mix-on-customer.pdf>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset.
- Wahyuni, S. (2019). *The influence of product innovation , brand image , and physical evidence to purchase decision and WOM of Starbucks in Jakarta*. 6(2).
- Walter, U., Edvardsson, B., & Öström, Å. (2010). Drivers of customers' service experiences: A study in the restaurant industry. *Managing Service Quality*, 20(3), 236–258. <https://doi.org/10.1108/09604521011041961>
- Yuliasri, W., & Masreviastuti. (2017). Pengaruh Desain Interior Dan Desain

Exterior Terhadap Keputusan Pembelian Di PLATTER Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis, Volume 3(66), 37–42.*

Yusuf, P. D. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group.

Zeithaml, V. A., M.J. Bitner, D. ., & Gremler. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (6th ed). Boston.