

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Gusti. 2021. influence of word of mouth and product quality on purchase decisions and repurchasing interest. Universitas Mulawarman
- Ardian, Dheasey, Leonardo. The influence of brand, atmosphere store and word of mouth on repurchase intention (case study at sambal special stalls). Universitas Pandanaran
- Ariyawan, M Ilham (2017) pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian pada reseller ZN_Collection
- Azwar. (2008). *Reliabilitas dan validitas*. Pustaka Pelajar.
- Elsa Dwi Nuraini (2014). (1999). *09510094_Bab_3*. 52–67.
- Haba, T. H. T., Ra, I. D. A. N. A.-, Beserta, Z. I., Tafsirnya, K., Biografi, A. T., & Tafsir, I. D. (1903). *Bab Iii* (pp. 41–100).
- Iis Musarofah.(2020). pengaruh keanekaragaman produk, store atmosfer, kualitas pelayanan, harga, kualitas produk terhadap minat beli ulang. Universitas pgrI Madiun
- Kadek, Putu, Mirah.(2021) pengaruh variasi produk dan store atmosphere terhadap repurchase intention. Universitas hindu Indonesia
- Lucky, Devilia.(2019). pengaruh store atmosphere terhadap minat beli ulang pada Marka Coffee & Khitchen. Universitas Telkom
- Mutiara, Ikhbal, Sulistyandari. (2023). pengaruh word of mouth dan store atmosphere terhadap loyalitas konsumen di S3 Coffee & Café. Universitas muhammadiyah Riau
- Nirwana (2019). pengaruh cafe atmosphere dan 3P (product, place dan price) terhadap keputusan konsumen dalam memilih café di kota Makasar
- Oktavianus, Nova Tan (2023). pengaruh costumer experience dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (studi pada konsumen di Starbucks Surabaya)
- Pratama, ferina nadya. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Cafe Kolong Jember. *Skripsi*.
- Proposal Uun Yulia Alfyana (2)*. (n.d.).
- Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Retno, Gusti, Herning.(2021). pengaruh experiential marketing dan word of mouth (wom) terhadap minat beli ulang produk

Silvia, Resti.(2020). pengaruh store atmosphere, iklan dan word of mouth terhadap minat pembelian ulang pelanggan pada KFC di Margonda, Depok. Universitas Nasional

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Wahyuni, rosintah Nur (2023) pengaruh experiential marketing dan sosial media marketing terhadap minat beli ulang(pada konsumen kafe Dasarasa di Kabupaten Jombang)

Wardani, Dwi tika indah (2018). (n.d.).

Yusa, V. De, Muchlisin, M., & Lilyana, B. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada the Gade Coffee & Gold Di Bandar Lampung. *Kalianda Halok Gagas, Volume 4, No 1, Juli 2021, 4(1)*, 10–27.