

DAFTAR PUSTAKA

- A, N. P.-G., Gil-Saura, I., Rodríguez-Orejuela, A., & Siqueira-Junior, J. R. (2020). *Heliyon Purchase intention and purchase behavior online : A cross-cultural approach*. 6. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04284>
- Akhlaq, A., & Ahmed, E. (2015). *Factors associated with online shopping intentions in Pakistan*.
- Ambalika, N. K. A. D. (2019). *PENGARUH PENGALAMAN EMOSIONAL POSITIF PADA E-WOM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN, REPUTASI MEREK, DAN LOYALITAS KONSUMEN KOPI JANJI JIWA*. 1–15.
- Anggraeni, A. A., Noviandi, A., Putra, A. M., & Sanjaya, V. F. (2020). *PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN VISUAL MERCHANDISING TERHADAP 'IMPULSE BUYING MELALUI*. 1(2), 93–100.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ayu, D., Devi, C., & Nurcaya, I. N. (2020). *PERAN POSITIVE EMOTION MEMEDIASI STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING DI BEACHWALK KUTA BALI*. 9(3), 884–903.
- Ayu, I., & Kinasih, D. (2018). *PERAN EMOSI POSITIF MEMEDIASI PENGARUH FASHION INVOLVEMENT DAN HEDONIC CONSUMPTION TENDENCY TERHADAP IMPULSE BUYING*. 7(6), 3258–3290.
- Cho, Y. C., & Sagynov, E. (2015). Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust, And Purchase Intention In The Online Environment. *International Journal of Management & Information Systems*, 19(1).
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK, DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN POSKOPI ZIO JOMBANG*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Fahleti, W. H. (2018). Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Tepian Pandan Di Tenggarong. *Jemi*, 18(2), 64-72.
- Fauzi, A., Punia, I. N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya nongkrong anak muda di Kafe (tinjauan gaya hidup anak muda di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, 3(5), 40-47.
- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 23*. Badan Penerbit

Universitas Diponegoro.

Gofur, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 37–44.

Hamzah, N. A., Abd Rashid, M. H., Mansor, A. A., & Shobri, N. D. M. (2020). The Role of SERVICESCAPE in Fostering Customer Satisfaction and Positive Emotion Among Shopping Mall Patrons. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(11)

<https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i11/8066>

Indah, D. R., Maulida, Z., & Amanda, M. R. (2018). Pengaruh Serviscape terhadap Kepuasan Konsumen di D'Barista Coffee Langsa. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 2(2), 108–116.
<https://ejournalunsam.id/index.php/jensi/article/view/939>

Inkiriwang, M. V., Ogi, I. W. J., & Djemly, W. (2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PINKY KITTY SHOP TONDANO. 10(3), 587–596.

Juliana, Pramezwarly, A., Tanzil, S. T., Angelina, V., & Putro, W. W. W. (2021). Analisis Kualitas Layanan dan Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan Mcdonald's Selama COVID-19. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 275–288.

Kiroyan, M., Lengkong, V. P., & Karuntu, M. M. (2019). Pengaruh Servicescape dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Sahid Kawanua Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4).

Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran Edisi tiga belas Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 2*. Erlangga, Jakarta.

Lovelock dan John Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Erlangga, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat

Marie, A. L. (2019). The Effect of Service Quality and Servicescape Towards Customer Satisfaction, Starbucks Coffee, Jakarta. *TRJ Tourism Research Journal*, 3(1), 56-70.

Marla, M., & Anshori, M. Y. (2013). JURNAL PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN

- KONSUMEN KING CAKE. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 6(1), 50–51.
- Morkunas, M., & Rudiené, E. (2020). *Pengaruh Faktor Social Servicescape terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Pembelian Kembali di Restoran Kelas Menengah di Negara Baltik*. <https://doi.org/10.3390/joitmc6030077>
- Muliana, I., & Hadian, A. (2021). Pengaruh Servicescape terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Aceh Corner Medan. *Regress: Journal of Economics & Management*, 1(1), 18–23. <https://doi.org/10.57251/reg.v1i1.129>
- Musnaini. (2019). *HUBUNGAN KONSTRUK SERVICESCAPE DAN KEPUASAN KONSUMEN COFFE SHOP DI KOTA JAMBI*. 13(1), 34–43.
- Negara, A. A. B. J., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). PENGARUH ATMOSFER RITEL DAN PROMOSI TERHADAP IMPULSE BUYING YANG DIMEDIASI EMOSI POSITIF. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(7), 3944–3973.
- Poetry, G., & Halim, V. (2022). *PENGARUH SERVICE QUALITY, POSITIVE EMOTIONAL EXPERIENCE, CUSTOMER VALUE, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN E-WOM WISATAWAN DI DANAU 3 WARNA*. 16(2), 67–76. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.2.67>
- Purwanto, E. A. P., & Dyath Ratih Sulistiyastuti, MS (2018). *Implementasi Kebijakan Publik*. pdf. pdf.
- Putri, E. N., Sunarti, & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Servicescape terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Toko Oen Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 62(1), 63–72. www.tribunnews.com,
- Riduwan. (2012). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Alfabeta.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen*. edisi ketujuh, PT. Indeks.
- Sopiyan, P., & Neny, R. (2020). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying*. XI(3), 207–216.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumampow, K. Z., Soepeno, D., & Raitung, M. C. (2022). *PENGARUH FASHION INVOLVEMENT , SALES PROMOTION DAN POSITIVE EMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING PADA MATAHARI DEPARTEMENT STORE*

MEGAMALL MANADO THE INFLUENCE OF FASHION INVOLMENT , SALES PROMOTION AND POSOTIVE EMOTION ON IMPULSE BUYING AT MATAHARI DEPARTEMENT. 10(2), 809–819.

Susanto, S. (2018). *Dampak Emosi Positif dan Keterlibatan Konsumen terhadap Repeatronage Intentions dengan Kepuasan Pelanggan dan Daya Tarik Pengecer Sebagai Pemediasi pada Lotte Mart Kelapa Gading Jakarta Utara.*

Suwito, J. (2018). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV GLOBAL AC BANJARBARU. 14(3), 255–262.*

Tjiptono, F. (2023). *Service , Quality & Satisfaction. March.*

Ulfa, R. (2021). *Variabel penelitian dalam penelitian*

pendidikan. 342–351. Wamadma, I. K. (2017). *DAMPAK*

MODERASI EMOSI POSITIF PADA

HUBUNGAN KEPUASAN KONSUMEN DAN WORD-OF-MOUTH

POSITIF. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 1(Januari), 11–20.

Yesenia, Y., & Siregar, E. H. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan produk terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan KFC di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi, 5(3), 183-199.*

Yunita, R., Shihab, M. S., Jonas, D., Haryani, H., & Terah, Y. A. (2022). Analysis of The Effect of Servicescape and Service Quality on Customer Satisfaction at Post Shop Coffee Toffee in Bogor City. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT), 4(1), 68-76.*