

SKRIPSI

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KEMBALI PADA JENS CAFE N BILLIARD DI KABUPATEN
MAJENE PROVINSI SULAWESI BARAT**

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE AND PRICE ON BUYBACK
DECISIONS AT JENS CAFE N BILLIARD IN MAJENE DISTRICT, WEST
SULAWESI PROVINCE***



MOHAMMAD RIZAL

C0121542

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE**

2026

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KEMBALI PADA JENS CAFE N BILLIARD DI KABUPATEN
MAJENE PROVINSI SULAWESI BARAT**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

PROGRAM STUDI

MANAJEMEN

MOHAMMAD RIZAL

C0121542

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2026**

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KEMBALI PADA JENS CAFE N BILLIARD DI KABUPATEN
MAJENE PROVINSI SULAWESI BARAT**



MOHAMMAD RIZAL

C0121542

Skripsi Sarjana Lengkap Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Sulawesi Barat
Telah Disetujui Oleh

Pembimbing I

Dr Wahyu Maulid Adha, S.E., M.M
NIP:19750329 202121 1 002

Pembimbing II

Rahmat Ghazali, S.E., M.M
NIP:19950125 202203 1013

Menyetujui

Koordinator Program Studi Manajemen

Erwin, S.E., M.M
NIP:19890903201903 1013

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KEMBALI PADA JENS CAFE N BILLIARD DI KABUPATEN
MAJENE PROVINSI SULAWESI BARAT**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**MOHAMMAD RIZAL
C01 21 542**


Telah diuji dan diterima Panitia ujian
Pada tanggal 6 April 2026 dan dinyatakan Lulus

TIM PENGUJI

Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1. Dr. Wahyu Maulid Adha,S.E.,M.M	Ketua	1) 
2. Rahmat Ghazali S.E., M.M	Sekretaris	2) 
3. Dr. Nur Fitriayu Mandasari S.E.,M.Si	Penguji I	3) 
4. Dr. Muhammad Shaleh Z, S.T,S.E.,M.M	Penguji II	4) 
5. Nur Qamariah S, S.Pd., M.Pd	Penguji III	5) 

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I


Dr.Wahyu Maulid Adha,S.E.,M.M
NIP: 19750329 202121 1 002

Pembimbing II


Rahmat Ghazali S.E., M.M
NIP: 19950125 202203 1013

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi


Prof. Dr. Dra Enny Radjab, M.AB
NIP: 19670325 199403 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini:

Nama : Mohammad Rizal

NIM : C0121542

Jurusan/Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI PADA JENS CAFE N BILLIARD DI KABUPATEN MAJENE PROVINSI SULAWESI BARAT”** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang sepengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan / ditulis / diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ditemukan hari ini ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur - unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang - undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Majene, 25 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



Mohammad Rizal

ABSTRAK

MOHAMMAD RIZAL, Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Jens Cafe N Billiard Di Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat Yang dibimbing oleh **Wahyu Maulid Adha** dan **Rahmat Ghazali**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui store atmosphere dan harga terhadap keputusan pembelian kembali. Metode penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Yotta Kabupaten Majene. Jumlah responden yang diperoleh sebesar 65 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kembali, sedangkan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kembali. Secara simultan, kedua variabel ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keputusan pembelian kembali untuk tetap membeli atau datang berkunjung ke jens cafe n billird.

Kata Kunci: Store Atmosphere, Harga, Keputusan Pembelian Kembali

ABSTRACT

MOHAMMAD RIZAL, The Influence of Store Atmosphere and Price on Repurchase Decisions at Jens Cafe N Billiard in Majene Regency, West Sulawesi Province, supervised by Wahyu Maulid Adha and Rahmat Ghazali.

This research aims to determine store atmosphere and price on repurchase decisions. This research method is a quantitative approach. In this research, the sampling technique used in this research was purposive sampling. The population in this research is all Yotta consumers, Majene Regency. The number of respondents obtained was 65 respondents. The research results show that store atmosphere has a significant effect on repurchase decisions, while price has a significant effect on repurchase decisions. Simultaneously, these two variables make a significant contribution to the repurchase decision to continue buying or coming to visit Jens Cafe N Billird.

Keywords: Store Atmosphere, Price, Repurchase Decision

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi seperti saat ini, perkembangan bisnis terjadi dengan pesat dan semakin berkembang. Pertumbuhan beragam bisnis terjadi dimana-mana. Menurut (Santri Zulaicha, 2016), Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada dengan jenis usaha yang sama membuat setiap perusahaan semakin dituntut untuk bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen. Adanya perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang semakin menyukai aktivitas nongkrong dicafe sambil ngopi. Menurut (Yulianti 2018) cafe biasanya dimanfaatkan sebagai tempat berkumpul dan bersantai bersama teman-teman atau keluarga diakhir pekan maupun sekedar melepas kepenatan dari aktivitas sehari-hari. Banyak dari kalangan mahasiswa bahkan dosen dan pejabat pun memanfaatkan kehadiran cafe ini sebagai alternatif tempat untuk menyelesaikan pekerjaan atau tugas. Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju, kebutuhan manusia pun semakin banyak tidak hanya sekedar pemenuhan atas kebutuhan – kebutuhan pokok saja, tetapi kebutuhan akan prasarana hiburan juga, dengan berbagai aktivitas kerja yang sangat tinggi diperlukan tempat bersantai yang mampu menghilangkan penat dan kejenuhan dari berbagai aktivitas salah satunya adalah cafe.

Cafe biasanya dimanfaatkan sebagai tempat berkumpul dan bersantai bersama teman-teman atau keluarga diakhir pekan maupun sekedar melepas kepenatan dari aktivitas sehari-hari. Banyak dari kalangan mahasiswa pun

memanfaatkan kehadiran cafe ini sebagai alternatif tempat untuk menyelesaikan pekerjaan atau tugas. Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju, kebutuhan manusia pun semakin banyak tidak hanya sekedar pemenuhan atas kebutuhan – kebutuhan pokok saja, tetapi kebutuhan akan prasarana hiburan juga, dengan berbagai aktivitas kerja yang sangat tinggi diperlukan tempat bersantai yang mampu menghilangkan penat dan kejenuhan dari berbagai aktivitas salah satunya adalah cafe (Nggaur, 2018).

Berkumpul atau nongkrong di cafe telah menjadi kebiasaan bagi masyarakat Indonesia. Kebiasaan tersebut lahir dari perubahan gaya hidup Masyarakat yang menginginkan sesuatu yang praktis dalam pemenuhan kebutuhan akan makanan dan minuman. Hal tersebut yang akhirnya mendorong para pelaku bisnis untuk merintis bisnis ritel dalam bidang kuliner berupa cafe dan resto. Banyaknya usaha serupa mewajibkan pemilik cafe untuk lebih memahami keinginan pasar sasaran secara lebih spesifik. Pemilik cafe harus memutar otak untuk menemukan cara untuk mendapatkan perhatian serta minat konsumen untuk mengunjungi cafe mereka, hal ini dikarenakan banyak cafe yang menjual hal yang hampir sama (Selvi 2021).

Dengan menciptakan suasana cafe yang menarik dapat memunculkan minat konsumen untuk mengunjungi cafe dan kemudian didukung dengan layanan yang berkualitas memungkinkan untuk terciptanya kepuasan konsumen, apabila konsumen merasa puas maka tidak menutup kemungkinan bagi mereka untuk melakukan pembelian di kemudian hari dan tidak menutup

kemungkinan bagi mereka yang merasa puas untuk menjadi pelanggan tetap di cafe (Muawanah 2019).

Menurut (Nanincova, 2019) Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil yang sama atau melebihi harapan dari konsumen. Faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen adalah kenyamanan dalam berkunjung ke cafe. Suasana cafe merupakan salah satu faktor yang menunjang bisnis cafe dimana suasana yang ada dan tercipta membuat konsumen merasa berbeda untuk setiap cafe yang mereka datangi. Suasana dalam sebuah cafe dapat mempengaruhi emosi dan perasaan konsumen sehingga dapat terjadi proses pembelian. Suasana cafe yang tercipta melalui eksterior dan interior, suara atau gemuruh, musik, penerangan dan lainnya pada akhirnya dapat membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen. Suasana cafe yang berkesan baik menurut pelanggan dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi terjadinya pelanggan yang loyal. manusia (Sihombing 2022).

Harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk dapat membuat konsumen tidak merasa enggan. Selain itu juga harga yang terlalu tinggi membuat masyarakat enggan untuk membeli produk yang ada di cafe. Selain harga yang terkadang tidak sesuai dengan kualitas dapat membuat konsumen merasa bahwa mereka tidak mendapatkan nilai yang sebanding dengan kualitas produk yang lain. Masih kurangnya minat beli konsumen terkait dengan informasi yang belum merata, bagi masyarakat jens cafe dan billiard

ini masih dianggap terlalu tinggi karena pendapatan masyarakat yang masih minim.

Faktor yang sangat penting yang perlu diperhatikan oleh suatu cafe dalam melakukan keputusan pembelian kembali yaitu kenyamanan atau suasana terhadap cafe. Ada beberapa yang perlu di perhatikan ketika kita sedang berada di cafe yaitu, melihat suasana bagian setiap sudut cafe sehingga pengunjung bisa melihat sendiri bahwa cafe yang dikunjungi terlihat sangat bersih dan antusias pengunjung sangat ramai dikarenakan suasana yang sangat indah di pandang.

Keputusan pembelian kembali adalah perilaku seorang konsumen dalam melakukan pembelian berkelanjutan atas suatu produk karena kualitas produk dan jasa yang dirasakan oleh pihak konsumen. Pembelian kembali atau ulang yaitu keinginan dan tindakan konsumen untuk membeli ulang suatu produk atau yang diminati oleh kon sumen. Karena adanya kepuasan yang diterima sesuai yang di inginkan dari suatu produk.

Ada kemungkinan yang dapat menyebabkan seseorang melakukan pembelian kembali suatu produk, yang pertama ketika konsumen merasa puas dengan pembelian yang mereka lakukan sebelumnya. Kepuasan ini biasanya berasal dari pengalaman positif dengan produk, seperti kualitas yang baik, harga yang sesuai, dan pelayanan memuaskan, konsumen yang cenderung loyal dan akan kembali membeli produk yang sama karena telah memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka. Pelanggan merasa tidak puas, tetapi mereka tetap melakukan pembelian ulang. Untuk kemungkinan kedua ini,

biasanya disebabkan oleh pertimbangan biaya yang harus dikeluarkan untuk mencari, dan mengevaluasi.

Berkaitan dengan penjelasan diatas, objek dalam penelitian ini adalah salah satu cafe yang terletak di Kabupaten majene yaitu jens cafe n billiard. Jens cafe n billiard yang terletak di kecamatan Banggae Timur kabupaten Majene buka pada tahun 2019 lalu.

Peneliti juga menemukan beberapa fenomena dalam jens cafe n billiard di kecamatan Banggae timur kabupaten Majene terkait dengan suasana ada beberapa keluhan yaitu adanya ketersediaan parkir yang kurang memadai, Dengan adanya beberapa keluhan yang dirasakan oleh konsumen kemungkinan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian kembali dalam hal ini dipengaruhi untuk bagaimana kemudian sebagai konsumen bisa nyaman dan membuat pengunjung lainnya bisa merasakan keindahan cafe sesuai keinginan konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “ **Pengaruh *store atmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian kembali pada jens cafe n billiard di kabupaten majene provinsi sulawesi barat** ”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian kembali pada jens cafe n billiard di kabupaten majene provinsi sulawesi barat?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kembali pada jens cafe n billiard di kabupaten majene provinsi sulawesi barat?
3. Apakah *store atmosphere* dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian kembali pada jens cafe n billiard di kabupaten majene provinsi sulawesi barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah di uraikan, maka pokok tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian kembali pada jens cafe n billiard di kabupaten majene provinsi sulawesi barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kembali pada jens cafe n billiard di kabupaten majene provinsi sulawesi barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian kembali pada jens cafe n billiard di kabupaten majene provinsi sulawesi barat.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Menambah kenyamanan dan wawasan literatur mengenai *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian kembali.
2. Memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pemasaran, terutama dalam menentukan harga.
3. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian kembali.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan kenyamanan konsumen mengenai *store atmosphere* dalam meningkatkan keputusan pembelian kembali.
2. Membantu dalam menentukan strategi harga yang tepat agar lebih menarik bagi konsumen atau pelanggan.
3. Menjadi bahan pertimbangan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini dibuat mengacu pada sistematika panduan penulis. Sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori, hasil penelitian terdahulu, pengaruh hubungan antar variabel, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode waktu pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi data, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai store atmosphere dan harga terhadap Keputusan pembelian kembali pada jens café n billiard dikabupaten majene menarik Kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil uji pada variabel store atmosphere (XI) secara persial, menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian kembali (Y). Store Atmosphere toko yang baik dapat menciptakan kenyamanan yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dan berkunjung kembali. Café Ketika didalamnya dan diluar sangat rapi,bersih dan teratur akan memberikan dampak positif kepada pengunjung sehingga akan melakukan yang Namanya pembelian kembali baik itu produk dan jasa.
2. Berdasarkan hasil uji pada variabel harga (X2) secara persial, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kembali (Y). Jens café telah memberikan keseimbangan antara keterjangkauan dan nilai yang dirasakan konsumen ataupun pengunjung. Konsumen memperoleh pengalaman menikmati minuman ataupun makanan pada saat dicafe yang berkualitas dengan biaya yang tidak memberatkan. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen tidak hanya mendorong Keputusan

pembelian kembali, tetapi juga meningkatkan kepuasan serta kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Harga yang terjangkau, adil dan sebanding dengan kualitas yang dirasakan konsumen menjadi faktor penting yang menjadikan produk tersebut menarik untuk dibeli.

3. Kedua variabel independent store atmosphere (X1) dan harga (X2) secara Bersama-sama (Simultan) signifikan terhadap Keputusan pembelian kembali. Hal ini menandakan bahwa untuk peningkatan Keputusan pembelian kembali di jenis café n billiard di kabupaten majene maka harus pula meningkatkan penerapan kenyamanan store atmosphere dan meningkatkan harga.

5.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang dapat dikemukakan penulis bagi café dan untuk peneliti selanjutnya, saran tersebut yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa store atmosphere sangat berpengaruh terhadap Keputusan pembelian kembali, sehingga di sarankan bagi jenis café n billiard agar lebih meningkatkan investasi pada pencahayaan, kebersihan, dan kenyamanan tempat duduk dan kenyamanan dalam ruangan maupun luar ruangan.
2. Bagi peneliti yang akan datang di sarankan untuk memberikan variabel yang lebih tepat atau menambahkan seperti media sosial sehingga jenis

café n billiard ini sangat berkembang serta dapat memberikan informasi yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfan, A. C. (2019). Karakteristik dan psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian kembali produk melalui e-commerce. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(1).
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kembali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99-108.
- Arifin, Z. (2020). Metodologi penelitian pendidikan. *Jurnal Al-Hikmah*, 1(1).
- Angelika, A., & Lego, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Chatime di Mall Ciputra, Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 31.
- Bujung, T. K. K. G., Tumberl, A. L., & Lumantow, R. Y. R. Y. (2020). Pengaruh suasana toko dan citra toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Tekstil Kawangkoan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Dhamayanti, S. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Saluran Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia: Pada PT. Pegadaian Di Jakarta. *Jurnal Portofolio: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 87-100.
- Djogo, O. (2022). Strategi manajemen pemasaran dalam era digital pada masa sekarang. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 13(1), 43-47.
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi dan pengaruhnya terhadap terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal Aktual*, 16(1), 21.
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian konsumen Vodkasoda shirt. *PERFORMA*, 2(2), 142-150.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Hidayat, T. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) terhadap Keputusan Pembelian. (Survei pada Konsumen Distribution Store Inspired27 Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Ilham, S., Silaningsih, E., Kartini, T., & Gemina, D. (2024). Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Strategi Store Atmosphere. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(01), 186-200.
- Indrayani, K. D. (2022). Pengaruh Suasana Toko, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sparepart Pada Edie Arta Grosir Cabang Bungkulan di Kota Singaraja. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 129-137.

- Kurriwati, N. (2015). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Eco-Entrepreneur*, 1(1), 48-55.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.
- Muawanah, I. (2019). *Fenomena maraknya coffee shop sebagai gejala gaya hidup anak muda di kota metro (studi pada mahasiswa iain metro)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Mukti, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229-245.
- Nggaur, D. A. (2018). Pengaruh Harga, Suasana Cafe, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderator. *Journal of Administration Bussiness*, 53(9), 1689-1699.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan noach cafe and bistro. *Agora*, 7(2), 287057.
- Paila, J. A., Kalangi, J. A., & Rogahang, J. J. (2018). Pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen pada UD. Sinar Anugerah Pratama Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(001).
- 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), 115-126.
- Rowena, J. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make Up and Skin Care Pada Generasi Millennial Jakarta. *Jurnal Bina Manajemen*, 7(2), 161-170.
- Sholihat, A., & Rummyeni, R. (2018). *Pengaruh Promosi penjualan dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Krema Koffie* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Selvi, S., & Ningrum, L. (2021). Gaya Hidup Minum Kopi Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus Pada Kopi Kenangan Gandaria City-Jakarta). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(1), 23-30.
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 26-33.
- Usti, Y. M. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toserba Terbit Kuningan (Survey Pada Konsumen Toserba Terbit Kuningan). *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1).
- Warnadi, A. T. (2019). Strategi Promosi Dalam Pemasaran. *Manajemen*

Pemasaran.

- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis penelitian kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.
- Yudiana, I. M., & Indiani, N. L. P. (2022). Peran Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali di Bale Ayu Denpasar. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 55-63.
- Yulianti, Y., & Deliana, Y. (2018). Gaya hidup kaitannya dengan keputusan konsumen dalam membeli minuman kop. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 39-50.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk dan harga terhadap keputusan pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123-136.
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh strategi penetapan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 106-128.