

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengangkat judul "*Pengaruh Servicescape dan Lifestyle terhadap Repurchase Intention dengan Trust customer sebagai Variabel Mediasi di Coffee Shops Kecamatan Pauh*". Dalam penelitian ini sampel yang digunakan 96 orang pelanggan yang sudah pernah berkunjung ke *Coffee Shops* Kecamatan Pauh . Sehingga dapat disimpulkan dari pengujian hipotesis yang telah diuji menggunakan SmartPLS sebagai berikut:

1. *Servicescape* memiliki pengaruh positif dan tetapi tidak signifikan terhadap *Repurchase intention* pada *coffee shop* di Kecamatan Pauh.
2. *Lifestyle* memiliki pengaruh positif dan tetapi tidak signifikan terhadap *Repurchase intention* pada *coffee shop* di Kecamatan Pauh.
3. *Customer trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase intention* pada *coffee shop* di Kecamatan Pauh.
4. *Servicescape* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer trust* pada *coffee shop* di Kecamatan Pauh.
5. *Lifestyle* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer trust* pada *coffee shop* di Kecamatan Pauh.
6. *Servicescape* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Repurchase intention* melalui *Customer trust* pada *coffee shop* di Kecamatan Pauh.
7. *Servicescape* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Lifestyle* melalui *Customer trust* pada *coffee shop* di Kecamatan Pauh.

B. Implikasi Penelitian

a. Implikasi teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur perilaku konsumen, khususnya dalam konteks industri *coffee shop*. Temuan bahwa *Servicescape* dan *Lifestyle* tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap *Repurchase Intention*, namun berpengaruh secara signifikan melalui *Customer Trust*, memperkuat model pendekatan mediasi psikologis, di mana kepercayaan pelanggan menjadi variabel perantara yang esensial dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini mempertegas bahwa pengaruh lingkungan fisik (*servicescape*) dan gaya hidup (*lifestyle*) terhadap niat pembelian ulang tidak bersifat langsung, melainkan memerlukan perantara psikologis berupa kepercayaan pelanggan (*customer trust*). Artinya, persepsi positif konsumen terhadap desain, suasana, dan kesesuaian tempat dengan gaya hidup mereka belum cukup untuk membentuk loyalitas, jika tidak disertai dengan keyakinan bahwa *coffee shop* tersebut mampu memberikan pengalaman yang konsisten, terpercaya, dan memenuhi harapan. Temuan ini memperkuat konsep bahwa *trust* adalah elemen inti dalam membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan, khususnya dalam industri jasa seperti *coffee shop*, yang bersifat emosional dan berbasis pengalaman.

Temuan ini sekaligus menjadi pelengkap dari penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya peran kepercayaan dalam memperkuat hubungan antara faktor eksternal (lingkungan fisik dan gaya hidup) dengan loyalitas konsumen. Penelitian ini juga membuka ruang kajian lanjutan untuk menguji variabel mediasi lainnya, seperti kepuasan pelanggan, keterikatan emosional (*emotional attachment*), atau persepsi nilai (*perceived value*) dalam konteks yang lebih luas.

b. Implikasi praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengelola coffee shop untuk lebih fokus pada pembangunan kepercayaan pelanggan (*customer trust*) sebagai strategi utama dalam meningkatkan pembelian ulang. Mengingat bahwa variabel *servicescape* dan *lifestyle* tidak berpengaruh langsung terhadap *repurchase intention*, namun menjadi signifikan melalui *trust*, maka elemen fisik seperti desain interior, kebersihan, kenyamanan, serta kesesuaian dengan gaya hidup konsumen perlu dihadirkan bukan hanya sebagai daya tarik visual, tetapi juga sebagai sarana membentuk persepsi positif dan rasa percaya. Pelayanan yang konsisten, informasi produk yang transparan, serta suasana yang mendukung aktivitas sosial maupun produktif akan memperkuat hubungan emosional pelanggan terhadap coffee shop. Oleh karena itu, kepercayaan pelanggan harus menjadi prioritas utama dalam strategi pemasaran dan operasional, karena hal tersebut

terbukti menjadi kunci untuk mendorong loyalitas dan keputusan pembelian ulang secara berkelanjutan.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa studi ini memiliki beberapa keterbatasan yang mempengaruhi hasil dari penelitian ini. Keterbatasan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian Terbatas

Penelitian ini hanya dilakukan pada coffee shop yang berada di Kecamatan Pauh, Kota Padang. Hal ini membatasi generalisasi hasil penelitian untuk wilayah lain yang memiliki karakteristik demografis atau sosial ekonomi yang berbeda.

2. Jumlah Responden Terbatas

Jumlah responden dalam penelitian ini hanya sebanyak 96 orang. Meskipun jumlah ini telah memenuhi syarat minimum dalam analisis SEM-PLS, ukuran sampel yang lebih besar dapat memberikan gambaran yang lebih representatif terhadap populasi konsumen coffee shop.

3. Variabel yang Diteliti Terbatas

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup servicescape, lifestyle, dan customer trust sebagai variabel mediasi terhadap repurchase intention. Padahal, terdapat variabel lain yang juga dapat memengaruhi niat beli ulang seperti harga, promosi, kualitas produk, atau kepuasan pelanggan yang tidak diteliti dalam studi ini.

4. Waktu Penelitian Relatif singkat

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu yang terbatas, sehingga belum mampu menangkap dinamika perubahan perilaku konsumen dalam jangka panjang atau dalam kondisi yang berbeda, seperti hari libur atau masa promosi

D. Saran

1. Bagi Pemilik Coffee Shop

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *servicescape* dan *lifestyle* berpengaruh terhadap niat beli ulang, namun pengaruh tersebut lebih kuat jika dimediasi oleh *customer trust*. Oleh karena itu, pemilik coffee shop perlu fokus membangun kepercayaan pelanggan melalui kualitas produk yang konsisten, pelayanan ramah, serta suasana yang nyaman dan sesuai dengan gaya hidup konsumen. Aspek kebersihan, pencahayaan, desain interior, serta fasilitas penunjang seperti Wi-Fi dan ruang belajar juga penting untuk diperhatikan. Upaya ini akan memperkuat *customer trust* yang menjadi faktor utama dalam mendorong niat pembelian ulang.

2. Bagi Konsumen

penelitian ini memberikan gambaran bahwa kepercayaan terhadap sebuah coffee shop sangat menentukan niat untuk membeli kembali. Oleh karena itu, konsumen sebaiknya lebih selektif dalam memilih coffee shop, tidak hanya mempertimbangkan harga atau tren semata, tetapi juga memperhatikan aspek kualitas layanan, konsistensi rasa, serta nilai kenyamanan yang sesuai dengan gaya hidup mereka. Dengan demikian, keputusan untuk kembali membeli didasarkan pada kepuasan

dan kepercayaan yang terbentuk, bukan hanya sekadar mengikuti kebiasaan sesaat.

3. Bagi Akademisi/Peneliti Selanjutnya

Penelitian berikutnya disarankan memperluas lokasi di luar Kecamatan Pauh dan menambah jumlah responden agar hasil lebih representatif. Variabel lain seperti *customer satisfaction*, *brand image*, atau *perceived value* juga dapat ditambahkan. Selain itu, penggunaan metode *mixed methods* dapat memberikan pemahaman lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan dan loyalitas pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- adib, Helen Sabera. “Teknik Pengembangan Instrumen Penelitian Ilmiah Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam.” *Sains Dan Teknoogi*, 2019, 139–57.
- Adityaningrum, Amanda, Nikmatisni Arsad, Herlina Jusuf, Departemen Statistika, Jurusan Matematika, Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Gorontalo, Jurusan Kesehatan Masyarakat, And Fakultas Olahraga Dan Kesehatan. “Faktor Penyebab Stunting Di Indonesia: Analisis Data Sekunder Data Ssgi Tahun 2021 Factors Causing Stunting In Indonesia: 2021 Ssgi Secondary Data Analysis.” *Jambura Journal Of Epidemiology* 3, No. 1 (2021): 1–10. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jje>.
- Adji, Jennifer, And Drs Hatane Samuel. “Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2, No. 1 (2014): 1–10.
- Adolph, Ralph. “Pengaruh Platform Design Quality Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Pada E-Commerce Bukalapak,” 2021, 1–23.
- Agustinus, Deo Viandra, Febrianur Ibnu, Fitroh Sukono, Guruh Taufan Hariyadi, Fakultas Ekonomi, And Universitas Dian Nuswantoro. “Dampak Implementasi Sales Promotion Dalam Meningkatkan Repurchase Intention Pada Belikopi Kota Semarang” 13, No. 4 (2024): 838–49.
- Amalia, Anandita Fitri, Puji Wahono, Maulana Amirul Adha, Pendidikan Administrasi Perkantoran, And Universitas Negeri Jakarta. “Cendikia Cendikia” 1206 (2025): 678–88.
- Anggraini, Sesilia, And Donant Alananto Iskandar. “Pengaruh Servicescape Dan

Kualitas Pelayanan Terhadap Customer Emotion Melalui Kepuasan Konsumen.” *Streaming* 2, No. 2 (2023): 75–89. <https://doi.org/10.53008/Streaming.V2i2.3557>.

Anim, Albina, And Ni Luh Putu Indiani. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar).” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 5, No. 1 (2020): 99–108.

<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>.

Ardiansyah, Risnita, And M. Syahrani Jailani. “Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif.” *Jurnal Ihsan : Jurnal Pendidikan Islam* 1, No. 2 (2023): 1–9. <https://doi.org/10.61104/Ihsan.V1i2.57>.

Arib, M. Farhan, Meiliza Suci Rahayu, Rusdy A Sidorj, And M Win Afgani. “Experimental Research Dalam Penelitian Pendidikan.” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, No. 1 (2024): 5497–5511. <https://j-innovative.org/index.php/innovative/article/view/8468>.

Asiva Noor Rachmayani. “Pengaruh Servicescape Terhadap Pleasure Feeling Pada Kafe De Classe Gelato And Coffeekota Blitar,” 2018, 6.

Candra Susanto, Primadi, Dewi Ulfah Arini, Lily Yuntina, Josua Panatap Soehaditama, And Nuraeni Nuraeni. “Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka).” *Jurnal Ilmu Multidisplin* 3, No. 1 (2024): 1–12. <https://doi.org/10.38035/Jim.V3i1.504>.

Christiarini, Renny. “Faktor Yang Mempengaruhi Repurchase Intention Pada Coffeshop Di Kota Batam Dengan Customer Satisfaction Sebagai Mediasi.”

- Jpek (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)* 7, No. 2 (2023): 497–506. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.22539>.
- Daud, Given, And Virgo Simamora. “Peran Servicescape Terhadap Trust Dan Dampaknya Pada Minat Beli Yang Dimoderasi Oleh Personal.” *Riset Pendidikan Ekonomi* 7, No. 2 (2022): 130–41.
- Di, Pelanggan, And Umkm Bettersnacks. “Peran Long Short Term Memory Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Di Umkm Bettersnacks Indonesia” 6, No. 3 (2024): 132–42.
- Doktor, Program, Ilmu Pendidikan, Pascasarjana Universitas, Negeri Gorontalo, And A Pendahuluan. “Statistika Penelitian,” 2020.
- Ekonomi, Fakultas, And Universitas Brawijaya. “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Trust Terhadap Purchase Decision” 03, No. 1 (2024): 216–28.
- Elia, Ardyan, And Dkk. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, 2023.
- Febbyani, Anastasia, And Resdianto Masman. “Pengaruh Gaya Kepemimpinan , Kompensasi , Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt . Apatel” I, No. 4 (2019): 725–35.
- Februari, No. “Jurnal Talenta Sipil” 8, No. 1 (2025): 60–69. <https://doi.org/10.33087/talentsipil.v8i1.801>.
- Fibriyanti, Nur Afifah, And La Diadhan Hukama. “Niat Beli Ulang Mahasiswa Terhadap Kopi Berkonsep Coffee-To-Go Shop.” *Jurnal Manajemen Maranatha* 20, No. 2 (2021): 185–96. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i2.3574>.
- Fitri, Winti Indah, And Mohammad Abdilla. “Pengaruh Experiental Marketing Dan

Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sukokopi Padang” 01, No. 03 (2025): 587–93.

Forester, Brayen Jodi, Amna Idris, Abdallah Khater, Muhammad Win Afgani, Muhammad Isnaini, Universitas Islam, Negeri Raden, And Fatah Palembang. “Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas Quantitative Research : Data Reliability Test” 4, No. 3 (2024): 1812–20.

Hair, Joseph F, Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, And Christian M. Ringle. “When To Use And How To Report The Result Of Pls-Sem.” *European Business Review* 31, No. 1 (2019): 2–24. <https://doi.org/10.1108/Ebr-11-2018-0203>.

Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiauwaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, Nur Hikmatul Auliya. *Buku Metode Penelitian Kualitatif. Revista Brasileira De Linguística Aplicada*. Vol. 5, 2020.

Hartono, J And Abdilah W, *Partial Least Square – Alternatif Structural Equation Modeling (Sem) Dalam Penelitian Bisnis (Yogyakarta: C.V Andi Offsct, 2015).*, N.D.

Hasanuddin, Maulana Rajab, N. Rachma, And Budi Wahono. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Pelanggan Kedai Kopi Mr Beard Coffee Jl, Saxophone No. 47 Tunggul Wulung Lowokwaru Malang).” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 9, No. 11 (2020): 39–53. www.fe.unisma.ac.id.

Hayadi. “Analisis Pengaruh E-Servicescape Terhadap Niat Beli Ulang : Peran Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi.” *Ekobis* 23, No. 1 (2022):

41–55.

Hikmah, Jurnal. “Statistik Deskriptif Leni Masnidar Nasution” 14, No. 1 (2017):

49–55.

Imam Ghozali And Hengki Latan. *Partial Least Square: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 (Untuk Penelitian Empiris)*.

Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2015.

Indra Firdiyansyah. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap

Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam.” *Jurnal Elektornik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi)* 1,

No. 1 (2017): 4.

Indrayanti, Wiwin, And Deden Dinar Iskandar. “Teori Perilaku Terencana Dan

Minat Wirausaha Pemuda Di Kabupaten Tegal.” *Asset: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 3, No. 1 (2020): 3–6. <https://doi.org/10.24269/Asset.V3i1.2673>.

Juliyanti, Wiwin, Heny Sidanti, And Hari Purwanto. “Brand Image, Purchase

Intention & Purchase Decision: Studi Perilaku Konsumen “Kopi Kenangan Hanya Untukmu “.” *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, No. 1 (2024): 53–68.

<https://doi.org/10.33477/Eksy.V6i1.7070>.

Kawet, Raymond, Adolfina, And Natalia Putri Matahelumual. “Produktivitas Kerja

Pegawai Pada Biro Organisasi Sekretariat Daerah Provinsi Sulawesi Utara The Effect Of Organizational Culture And Organizational Commitment On Employee Work Productivity At The Bureau Of Organization Of The Regional Secretariat Of North” 7, No. 1 (2019): 641–50.

Kristin, Nadila Ivanka. “Pengaruh E-Trust, E-Satisfaction Dan Perceived Value

Terhadap Repurchase Intention Pada Konsumen E-Commerce B2c Coffee

Shop.” *Akademik: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* 4, No. 3 (2024): 935–49. <https://doi.org/10.37481/jmeb.v4i3.848>.

Kusuma, Lita Milawati, Meara Benita Wipudiari, Kharisma Sekar, And Ramadhanti Enshito. “Pengaruh Influencer , User Generated Content , Brand Image Terhadap Purchase Intention Produk Skintific Di Media Sosial” 2, No. 2 (2023): 17–26.

Liana, Lie. “Using Mra With Spss To Test The Effect Of Moderating Variables On The Relationship Between Independent Variables And Dependent Variables.” *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik* 14, No. 2 (2009): 90–97. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/95>.

Loliyana, Rina, Misran Hadi, And Evi Meidasari. “Pengaruh Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi (Pada Pt. Nisan Abadi Jaya).” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)* 4, No. 1 (2023): 65–74. <https://doi.org/10.57084/jmb.v4i1.1052>.

Mariati Tirta Wiyata, Elisya Pramana Putri, And Ce Gunawan. “Pengaruh Customer Experience, Ease Of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee.” *Cakrawala Repositori Imwi* 3, No. 1 (2020): 11–21. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v3i1.36>.

Memon, Aftab Hameed, And Ismail Abdul Rahman. “Sem-Pls Analysis Of Inhibiting Factors Of Cost Performance For Large Construction Projects In Malaysia: Perspective Of Clients And Consultants.” *The Scientific World Journal* 2014 (2014). <https://doi.org/10.1155/2014/165158>.

Mulyani, Dwi, And Zednita Azriani. “Pengaruh Faktor Usaha The Influence Of

- Personal Factor On The Businesses Performance Of Coffee Shop In Padang City” 3 (2023): 113–20. <https://doi.org/10.25077/joseta.v5i3.399>.
- Muslimah, Gilang Pratama Hafidz. Ririn Ulfianih. “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife” 7, No. 1 (2023): 253–74.
- Navila, Vivi, And Ambardi Ambardi. “Analisis Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Produk Kopi Gayo Aceh Di Coffee Shop Tuku Cipete.” *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 1, No. 4 (2023): 292–302. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i4.1294>.
- Nilda, Janna Miftahul. “Variabel Dan Skala Pengukuran Statistik.” *Jurnal Pengukuran Statistik* 1, No. 1 (2021): 1–8.
- Normasari, Selvy. Srikandi Kumadji. Andriani Kusumawati. “Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, No. 2 (2019): 1. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>.
- Nugraha, Rio Hadi. “Analisis Proses Inovasi Pada Ukm Coffe Shop Di Kawasan Kampus Universitas Andalas Padang Sumatera Barat,” 2019.
- Nur Aliyah, Fitri, And Meylani Tuti. “Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Suasana Terhadap Keputusan Pembelian Di Green Café Jatinegara.” *Panorama Nusantara* 18, No. 1 (2023): 1–13. <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/Panorama>.
- Nurani, Mokhamad Eldon, And Berty Phechilia Ruspindya. “Pengaruh

- Servicescape, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Bemj : Business, Entrepreneurship, And Management Journal* 1, No. 1 (2022): 42–49. <https://doi.org/10.36563/Bemj.V1i1.579>.
- Nusantara, Jurnal Panorama. “Pengaruh Hedonic Lifestyle Dan Customer Engagement Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust” 19, No. 2 (2024): 1–13.
- Osborn, Keith, And Burton L White. “Analisis Faktor Optimalisasi Golden Age Anak Usia” 4, No. 1 (2018): 48–56.
- Pamungkas, Hakam. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Kopi Tuku.” *Universitas Pembangunan Jaya*. 9, No. 204 (2023): Bab Iii. <http://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4358>.
- Pendidikan, Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu, Saiman Program, Studi Pendidikan, Matematika Fkip, Universitas Samudra, And Aceh E-Mail. “Kajian Tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian” 4 (2021): 115–18.
- Pendidikan, Jurnal, Sosial Dan, Vol No Juli-September Hal, Ina Magdalena, Aulia Fitroh, Diah Kurniawati Fadhilah, Dinda Habsah, And Romadona Yulia Qodrawati. “Mengelolah Data Uji Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian Pendidikan : Instrumen Tes Dan Non Tes Peserta Didik Kelas Iv Sdn Pondok Kacang Barat 03” 1, No. 2 (2023): 49–53.
- Penelitian, Artikel, Kec Percut, And Sei Tuan. “Optimal : Jurnal Ekonomi Dan Analisis Pengaruh Servicescape Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kafe Heliac Jalan,” 2025, 1–18.
- Perdana, Aditia Angga, Meinarini Catur Utami, And Qurrotul Aini. “End User

- Computing Satisfaction : Model Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Menggunakan Partial Least Square Structural Equation Modeling (Studi Kasus).” *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 8, No. 6 (2021): 1237–46. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2021863586>.
- Perkasa, Didin Hikmah, And Magito Magito. “Determinan Faktor Blue Economy Dalam Aplikasi Praktis Sdm Perhotelan Di Pulau Tidung Kepulauan Seribu.” *Jesya* 7, No. 1 (2024): 840–52. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1495>.
- Permatasari, Ni Made Ayu Vidayani, I Ketut Darma, And Ni Made Wahyuni. “Jurnal Mirai Management The Role Of Customer Trust In Mediating The Effect Of E-Wom And Lifestyle On Purchase Intention At The Coffee Shop In Denpasar City.” *Jurnal Mirai Management* 8, No. 3 (2023): 217–32.
- Pokhrel, Sakinah. “No Titleελενη.” *Αγαη* 15, No. 1 (2024): 37–48.
- Prada, Bagas Maulana Pasha Aditya, And Indra Kurniawan. “Pengaruh Emosi Positif Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Coffee Shop Epidemi Jombang).” *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 13, No. 02 (2024): 541–53. <https://doi.org/10.22437/Jmk.V13i02.32739>.
- Pramezwary, Amelda, Juliana Juliana, Jennifer Winata, Roselynn Tanesha, And Tiffanysius Armando. “Brand Trust Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19.” *Jurnal Perspektif* 19, No. 1 (2021): 24–31. <https://doi.org/10.31294/Jp.V19i1.9376>.
- Prayogi, Dicki, Adhi Prakosa, Anindita Imam Basri, And Fakultas Bisnis. “Pengaruh Customer Satisfaction , Experiental Marketing Dan Customer Trust Terhadap Loyalitas Konsumen” 3, No. 1 (2023): 6–10.
- Rahadi, Dedi Rianto. “Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model

(Pls-Sem) 2023.” *Cv. Lentera Ilmu Madani*, No. Juli (2023): 146.

Rarung, Jimmy, And Sam Ratulangi. “J . K . Rarung ., B . Lumanauw ., Y . Mandagie Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating , Dan Customer Trust Terhadap Customer Purchase Decision Fcoffee & Roastery Manado Effect Of Online Customer Review , Online Customer Rating , And Cust” 10, No. 1 (2022): 891–99.

Rokhayati, Isnaeni, Hasruti, Sodik Dwi Purnomo, And Carla Selvianandia Alam. “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto).” *E-Qien Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11, No. 3 (2022): 803–13.

Rosyiqoh, N, N,& Sari, A, D. “Journal Economic Insights.” *Journal Economic Insights Journal Homepage: <https://jei.uniss.ac.id/> Issn Online : 2685-2446* 3, No. 1 (2024): 1–10.

Saputra, Hadi. “Analisa Kepatuhan Pajak Dengan Pendekatan Teori Perilaku Terencana (Theory Of Planned Behavior) (Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Di Provinsi Dki Jakarta).” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 3, No. 1 (2019): 47. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.2320>.

Sarjana, Nadhilah Putri Nashfati, Naili Farida, And Agus Hermani. “Pengaruh Servicescape Dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction (Pada Restoran Hello Taichan Kota Surakarta).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11, No. 3 (2022): 567–75. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34865>.

Sarwono, Jonathan. “Mengenal Pls-Sem,” 2012, 3–15.

- Sasongko, Enggar Nur, And Agus Rusgiyono. “Penerapan Metode Structural Equation Modeling Untuk Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Terhadap Kualitas Website (Studi Kasus Pada Website Sia.Undip.Ac.Id)” 5 (2016): 395–404.
- Sebayang, Stevani Korentia, And Syafrizal Helmi Situmorang. “Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Online Di Kota Medan.” *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 2, No. 2 (2019): 220–35.
<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i2.86>.
- Setiawardani, Maya. “Peran Servicescape Terhadap Peningkatan Loyalitas Pelanggan (Kajian Empiris Terhadap Pelanggan Yumaju Coffee).” *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7, No. 1 (2021): 10–21.
<https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2206>.
- Simanihuruk, Maidar, Yuviani Kusumawardhani, And Lovita Susan Audilla. “Enhancing Repurchase Intention At Warung Kopi Tepi Sungai Depok: The Role Of Customer Experience.” *E-Journal Of Tourism* 9, No. 1 (2022): 58.
<https://doi.org/10.24922/eot.v9i1.82285>.
- Siregar, Ariel Saron, And Elly Rosmaini. “Leibniz: Jurnal Matematika” 4 (2024): 1–11.
- Stapert, Dick. “Kaum Muda Penggemar Coffee Shop (Studi Kasus Pada Coffee Shop ‘Starbucks’” 120, No. 11 (2021): 259.
- Sudiaranti, Ni Made, I Gusti Ketut Agung Ulupui, And I G.A. Budiasih. “Pendahuluan” 4, No. 71 (N.D.): 1–25.
<https://repository.unud.ac.id/protected/storage/upload/repository/0519ba7>

7d978eb60155007fd377cafd3.Pdf.

Sugiyono. “Identifikasi Perilaku Bidang Pengembangan Moral Anak Kelompok B Di Tk It Al-Dhaifullah Desa Betung Kecamatan Abab Kabupaten”

Alfabeta, Bandung, 2022, 27–44. <https://Repository.Unsri.Ac.Id/106058/>.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. 23rd Ed. Bandung: Alfabeta, 2016.

Sunaryanti, Dwi Putri, Irzaq Galuh Pranata, And Akbar Maulana Firmansyah.

“Sayuran Organik Di Indonesia (Integrasi Teori Perilaku Terencana Dan Teori Nilai Konsumsi),” No. 105 (2025).

Supardi, Supardi. “Populasi Dan Sampel Penelitian.” *Unisia* 13, No. 17 (1993): 100–108. <https://doi.org/10.20885/Unisia.Vol13.Iss17.Art13>.

Suryoko, Sri, Administrasi Bisnis, And Universitas Diponegoro. “Pengaruh Brand Equity Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Preference.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 7, No. 3 (2018): 160–70.

Syaugi, Ahmad, Astrid Selma Dharmawan, And Maria Lasma Franssisca.

“Pengaruh Identifikasi Arah Tren Pasar Modal Dan Psikologis Imud (Investor Muda) Dalam Menekan Perilaku Noise Trader.” *Prosiding Capital Market Competition*, 2024, 271–83.

Tandiwijaya, Rico, And Yanti Puspa Rini. “Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Tiket Hotel Pada Aplikasi Pegipegi (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Kota Tangerang).” *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis* 2, No. 2 (2022): 1–9.

Teori, Kajian. “Implementasi Data Mining Untuk Product Bundling Pada Coffee Shop” 12, No. 1 (2025): 1429–33.

- Therok, F A, D P E Saerang, S J C Wangke, Francisca A Therok, David P E Saerang, And Shinta J C Wangke. "The Influence Of Lifestyle, Servicescape, And Food Quality On Customer Revisit Intention At Decade Coffee Shop." *Jurnal Emba* 9, No. 3 (2021): 1423–32.
- Tular, Andre Patrick Paulus. "The Effect Of Coffee Shop Atmosphere, Emotions, And Lifestyle On Revisit Intention (Study Case At Extruck Coffee Shop)." *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11, No. 4 (2023): 1620–31. <https://doi.org/10.35794/Emba.V11i4.52360>.
- Wulansari, Nidia, Arif Adrian, Dwi Pratiwi Wulandari, Vischa Mansyera Pratama, And Athaya Fathinah Putri. "Komparatif Studi Tentang Pengaruh Musicscape Terhadap Customer Satisfaction Di Coffee Shop Kota Padang." *Ensiklopedia Of Journal* 6, No. 3 (2024): 110–18. <https://jurnal.ensiklopediaku.org/ojs-2.4.8-3/index.php/Ensiklopedia/article/view/2422>.
- Yakob, Marianus, Putra Lai, Lilik Indrawati, Setiadi Alim Lim, Jurnal Review Pendidikan, And Dan Pengajaran. "Pengaruh Service Quality, Brand Image, Word Of Mouth (Wom) Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi." *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 7, No. 3 (2024): 2024. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/>.
- Yani, Rahma, And Efni Cerya. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Padang Melalui Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan* 2, No. 1 (2024): 201–16. <https://doi.org/10.58192/wawasan.V2i1.1522>.
- Yanti Febrini, Irma, Retno Widowati Pa, And Misbahul Anwar. "Pengaruh

Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 10, No. 1 (2019): 35–54. <https://doi.org/10.18196/Mb.10167>.

Yulia Tri Wulandari¹), Ilsa Hayadi. “Peran Kepercayaan Dalam Mediasi Hubungan Antara E-Servicescape Dan Repurchase Intention : Aplikasi Halodoc” 12 (2023).