

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya*. (2021). Jakarta: Departemen Agama RI.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Aulya, D. A. (2013). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada Coffe Shop Stove Syndicate di Semarang)*.
- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2017). Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran Dan Penjualan. *Jurnal Transistor Elektro Dan Informatika, Vol. 2, NO*, 81–88.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2014). *Retail Management* (12th ed.). Pearson Education Limited.
- Chairunnisa, R., Zebua, Y., & Pitriyani, P. (2022). The Influence of Price Perception, Product Quality, Promotion, Brand Image on Repurchase Intention of Wardah Lipstick Products (Study on Customers of UD. Ghaisani cosmetics Rantau Prapat). *International Journal of Science, Technology & Management, 3*(3), 754–762. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i3.513>
- Churchill, G. A. (2013). *Dasar-Dasar Riset Pemasaran*. Erlangga.
- databoks. (2018). *2021, Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton*. Dkatadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>
- Dinda, K. P. B., Bahari, Y. M., & Research, M. (2019). The Influence of Store Atmosphere on Repurchase Interest in Indonesia: Study on the Takigawa CafeMeatbar in the Sky. *Global Business and Management Research: An International Journal, 11*(1), 75–80.
<https://www.proquest.com/docview/2236129603/CF131C6594C6495EPQ/1?accountid=50673>
- Ferdinand, A. (2012). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Fuad. (2012). *Structural equation modeling, teori, konsep dan aplikasi dengan program LISREL 8,8*. Universitas Diponegoro.

- Hariyanti, A. D. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Perlengkapan Kunci Di Pt Kenari Djaja Prima Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 10(1), 47–87. <https://doi.org/10.14710/jspi.v10i1.47> - 87
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS.
- Hudaya, A., Djumarno, D., & Djubaedah, S. (2021). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION THAT IMPLICATIONS ON REPURCHASE INTEREST. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(1), 150–160. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i1.990>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. United States: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. United States: Pearson Education.
- Latan, H., & Ghozal, I. (2017). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Warp PLS 5.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mahendrayanti, M., & Wardana, I. M. (2021). the Effect of Price Perception, Product Quality, and Service Quality on Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(1), 182–188. www.ajhssr.com
- Martono, N. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. PT Rajagrafindo Persada.
- Maurisni, P., & Evanita, S. (2019). The Impact of Services Quality, Location and Word of Mouth to Repurchase Intention through Brand Image at Salon

- Muslimah Beauty Care Padang. *Proceedings of the Third Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2019)*, 97(Piceeba), 284–293. <https://doi.org/10.2991/piceeba-19.2019.34>
- Melati, P. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Brand Ambassador dengan Minat Beli Sebagai Faktor Mediator Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ecommerce Shopee Serta Tinjauanya Dalam Sudut Pandang Islam*.
- Meliana, S. A. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Restoran Cepat Saji Di Lampung*.
- Nugrahaeni, M., Guspul, A., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 230. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i2.4651>
- Nurfitriana, S., & Iriani, F. (2018). CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PENGARUHNYA PADA MINAT BELI ULANG PRODUK KECANTIKAN WARDAH. *Sebatik*, Vol. 22, N.
- 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), 155–126. <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/513>
- Pratiwi, D. R., & Wardi, Y. (2019). The Influence of Brand Personality , Service Quality , and Store Atmosphere toward Repurchase Intention Ethic Barbershop Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(01), 1–7.
- Pratiwi, R. S., Soebandi, S., & Dharmani, I. G. A. A. N. (2020). The Influence of Service Quality, Price Perception, and Store Atmosphere On Repurchase Intention (Case Study at The Teras Atas Cafe Surabaya). *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(2), 147–156. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems81>
- Putri, J. N. (2021). *Perancang Bisnis dan Kelayakan Coffee Shop “Kedai Om Boed” Pada Pembukaan Cabang Baru Di Kabupaten Bandung*.

- Rani, A., & Usman, O. (2018). The Influence of Service Quality, Customer Satisfaction, Price, and Word of Mouth on Repurchase Interests in Drugstore. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3311507>
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Riani, J. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan El Rumi Kopi*.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3, No. 1, 1–22.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi penelitian*. Salemba Empat.
- Saputra, Y., Sjafitri, H., & Candra, Y. (2016). Pengaruh kualitas jasa, lokasi dan word of mouth terhadap minat beli ulang pada bengkel fery motor padang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(3), 1–10. <https://ojs.unitas-pdg.ac.id/index.php/manajemen/article/view/216>
- Sari, H. P. (2016). Pengaruh Citra Merek, Fitur, Desain dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jurnal Perspektif*, 25, Hal 1-18.
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 107–116. <https://doi.org/10.26905/jbm.v6i2.3674>
- Sari, Y. P. (2019). *Pengaruh Brand Trust dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Elzatta Di Kota Bengkulu*.
- Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing*. Austin : Greenleaf Book Group Press.
- Siyoto, S., & M. Ali Sodik. (2015). Dasar Metodologi Penelitian Sandu Siyoto, M. Ali Sodik,. In *Dasar Metodologi Penelitian* (pp. 1–109).
- Stanton, W. J. (2012). *Prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Sugiarto, B. U., & Subagio, H. (2014). Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli di Dream of Khayangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No, 1–14.
- Sugiyanto, & Maryanto, E. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA ESA UNGGUL PENGGUNA IPHONE. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(2), 10–23.
<https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.453>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sutoyo. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen First Media di Surabaya Timur. *Jurnal Purna Iswara*, 2(2), 117–123.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- UGM. (2019). *Industri Kuliner Jadi Penopang Terbesar Perekonomian Kreatif Indonesia*. Universitas Gadjah Mada. <https://www.ugm.ac.id/id/berita/18389-industri-kuliner-jadi-penopang-terbesar-perekonomian-kreatif-indonesia>
- Yasin, A. A., & Achmad, G. N. (2021). Influence of Word of Mouth and Product Quality on Purchase Decisions and Repurchasing Interest. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2), 410–419. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Zein, R. M. C. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Citra Merek Distro Sanels Denim*.