DAFTAR PUSTAKA

Alamudi, F. F., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Warung Jumbo Secara Online Selama Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 11(12), 1–14. https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5037

Amaliyah, Amelia, W. R., & Alfifto. (2025). Pengaruh Green Product dan Green Marketing terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Konsumen Starbucks di Tembung). Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(3), 5287–5294. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2766

An-Nawawi. (2010). Syarah Shahih Muslim. Jakarta: Pustaka Azzam. https://archive.org/details/maktabana_tafsir_nawawi/01/

Aprileny, I., & E, J. A. (2026). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Smartphone Samsung (Studi Kasus Pengguna Samsung Generasi Z Di Jakarta Timur). Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA, 9(2), 138–146. https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2

Aulia, R. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Starbucks Coffe Big Mall di Kota Samarinda. E-Journal Administrasi Bisnis, 6(4), 1256–1269.

Az-Zuhaili, W. (1989). Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu. Damaskus: Dar Al-Fikr. https://fliphtml5.com/uscyg/rtig/Fiqih_Islam_Wa_Adillatuhu_1_%28Dr._Wahbah_Az-Zuhaili%29/

Dewi, I. G. A. P. R. P., & Ekawati, N. W. (2019). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention. E-Jurnal Manajemen, 8(5), 2722–2752. https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i05.p05

Dewi, L. S. L., Kurniawan, B., & Meiriyanti, R. (2024). Pengaruh Product Quality, Brand Image, dan Promotion Terhadap Repurchase Intention Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research, 2(2), 70–78. https://doi.org/10.31004/ijim.v2i2.81

Dr., S. P. (2019). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF. ALFABETA.

East Ventures. (2025). Perjalanan Fore Coffee dan budaya baru dalam tren kopi di Indonesia. https://east.vc/id/berita/from-portfolios/perjalanan-fore-coffee-dan-budaya-baru-dalam-tren-kopi-di-indonesia

Ferdiansa, R. Y., Fatimah, F., & Gunawan, Y. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman JNE Cabang Tegal Besar. Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Eksakta, 1(2), 73–84. https://doi.org/10.47134/trilogi.v1i2.14

Filo. (2025). FILO. https://askfilo.com/user-question-answers-smart-solutions/fore-coffee-adalah-salah-satu-startup-di-industri-kopi-yang-3432313533303431

Fore Coffee. (2025). Web Fore Coffee. https://fore.coffee/id/

Ghozali, H. I., & K. K. A. (2023). PARTIAL LEAST SQUARES KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI SmartPLS 4.0. Yoga Pratama.

GoodStats. (2025). Fore Coffee jadi Favorit 54% Anak Muda Indonesia. https://goodstats.id/article/54-anak-muda-indonesia-pilih-fore-coffee-yang-baru-ipo-VapI1

Gunananda, G. B. S. K., Seminari, N. K., & Giantari, I. G. A. K. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 13(1), 129. https://doi.org/10.24843/ejmunud.2024.v13.i01.p07

Hadiansyah, D., & Sari, R. M. (2024). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Interverning Pada Warung Nasi Ayam SPG Bandung. Journal of Social and Economics Research, 6(1), 1598–1612. https://doi.org/10.54783/jser.v6i1.393

Harcahyo, R. B., Athanasius, S. S., & Kusdiartini, V. (2021). Pengaruh Green Product, Servicescape dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Resto Berbasis Alam. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Perpajakan, 4(2), 236–254. https://doi.org/10.24167/jemap.v4i2.3432

Hasanah, U., & Oktavia, D. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen Shopeefood di kota Malang. Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis, 5(1), 26–40. http://dx.doi.org/10.47201/jamin.v5i1.128

Hasbiawan, C., & Indrajaya, S. (2026). The Influence of Green Products and Green Prices on Loyalty and Sustainability through Consumer Satisfaction. International Journal of Indonesian Business Review, 5(1), 1–17. https://doi.org/10.54099/ijibr.v5i1.1543

Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). Metode Penelitian (M. Pradana (Ed.)). EUREKA MEDIA AKSARA.

Ihsan, M. N., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap minat beli ulang. Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi, 24(1), 170–176. https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/view/10586

Indonesia, O. (2025). Perkembangan Konsumsi Kopi di Indonesia. https://www.ondeway.co.id/perkembangan-konsumsi-kopi-di-indonesia/

Jakartastats. (2026). Wilayah Dengan Gerai Fore Terbanyak Di Indonesia. https://www.instagram.com/p/DcBDMzrlDY5/?img_index=1&igsi=anFnaXA1ZDByNjZi

Joseph F. Hair Jr., W. C. B., & Barry J. Babin, R. E. A. (2019). MULTIVARIATE DATA ANALYSIS. Annabel Ainscow.

Junaedi, A. T., Anggelina, D., Renaldo, N., Suhardjo, Jahrizal, & Shania, E. M. N. (2024). Brand Image, Social Digital Marketing, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Minuman Chatime Di Pekanbaru. Jurnal Ilmiah Manajemen, 12(4), 470–485. https://doi.org/10.35145/procuratio.v12i4.4693

Lathifah, A. R. Al, & A. Widyastuti, D. (2018). Pengaruh Green Product Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi pada Produk Lampu LED Merek Philips). Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry, 1(1), 16–28. https://journal.bakrie.ac.id/index.php/JEMI/article/view/1790

Legi, E. I. M., Lengkong, V. P., & Rogi, M. H. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kopi Janji Jiwa Jilid 667 Tomohon. Jurnal Emba, 10(4), 2121–2131. https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.44985

Lutfi, S. A., & Kirono, I. (2023). Pengaruh Green Product, Green Price, Green Promotion Dan Green Place Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Tupperware Di Kabupaten Gresik. Dynamic Management Journal, 7(4), 573–590. http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v7i4

Maharani, A. P., & Anggrainie, N. (2024). Pengaruh Green Product, Customer Experience, dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Kopi Janji Jiwa di Jakarta. Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset, 2(5), 218–232. https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i5.1197

Mayani, Indah, D. R., & Rahman, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Personality Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Mie Instan Merek Sedaap (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Langsa). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajerial Terapan (JMT), 3(1). https://doi.org/10.61201/jmt.v3i2.12516

Mersi, M., & Suhardi, S. (2024). Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Pada Pelajar SMK di Kota Batam. Jurnal KDI, 6(3), 1065–1078. https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.785

Novianti, & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. Jurnal KDI, 6(1), 67–78.

Nugroho, A. (2021). Pengaruh green product dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang produk Tupperware di Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia, 9(2), 112–125. https://doi.org/10.21009/jmpi.2021.9.2.112

Nuraini, N. O., & Adialita, T. (2024). Analisis Harga Dan Cita Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Minuman Teh dalam Kemasan Siap Minum Merek Teh Botol Sosro di Kota Bandung. Journal of Management and Bussines (JOMB), 6(3), 915–927. https://doi.org/10.31539/jomb.v6i3.8804

Nyarmiati, & Astuti, S. R. T. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng BaBe Kabupaten Pati). Diponegoro Journal of Management, 10(2), 1–14.

Our Story. (2025). Fore Coffee. https://fore.coffee/id/

Pratama, R., & Lestari, D. (2022). Pengaruh green product dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap repurchase intention pada produk Starbucks di DKI Jakarta. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Modern, 11(1), 45–58. https://doi.org/10.32528/jebm.v11i1.2022

Prayogo, V., Munir, M., & Munawaroh, N. A. (2024). Pengaruh Brand Awarness Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mie Instan Indomie Pada Konsumen Warmindo di Kota Kediri. Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam, 2, 324–329. https://doi.org/10.61132/santri.v2i1.270

Quraish Shihab. (2002). Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an. Jakarta: Lentera Hati. https://www.alkhoirot.org/2024/06/tafsir-al-mishbah.html

Rahayu, V. O. (2022). Pengaruh Citra Merek, Social Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Es Teh Indonesia Cabang Tulungagung. Jurnal Kontemporer Akuntansi, 2(2), 120–128.

Rahmawati, S., Hidayat, M., & Putri, A. (2021). The effect of green product and brand trust on consumer satisfaction and repurchase intention of Avoskin products in Yogyakarta. International Journal of Business and Marketing Studies, 6(3), 201–214. https://doi.org/10.31258/ijbms.6.3.201-214

Ramadhan, G. P., & Nurmansyah, A. A. H. (2025). Pengaruh Green Product Dan Green Advertising Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan IKEA Kota Baru Parahyangan. Jurnal Lentera Bisnis, 14(3), 3103–3116. https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1690

Rohman, I. Z., & Naufaldi, F. (2022). Pengaruh Kepuasaan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang. Jurnal Manajemen Dewantara, 6(1), 53–60. https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/manajemendewantara/article/view/11846

Rudiyanto, & Rini, Y. P. (2026). The Influence of Green Knowledge, Green Product, and Perceived Price on Repurchase Intention of Environmentally Friendly Plastic Products with Green Satisfaction as a Mediating Variable. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 24(2), 90–108. https://doi.org/10.31253/pe.v24i2.4477

Safitri, A. N. (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazadae. Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi, 1(1), 1–9.

Sari, N., Wijaya, A., & Kusuma, R. (2023). Pengaruh green product terhadap minat beli ulang yang dimediasi kepuasan konsumen pada produk The Body Shop di Kota Bandung. Jurnal Riset Manajemen dan Kewirausahaan, 12(2), 87–101. https://doi.org/10.37641/jrmk.v12i2.2023

Situmorang, S. R., Manalu, H. M., & Hutabarat, F. (2025). The Influence of Green Products and Service Quality on Consumer Satisfaction. Jurnal Multidisiplin Sahombu, 5(6), 1919–1931. https://doi.org/10.58471/jms.v5i06

Statistik, B. P. (2024). Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023. https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/23/f2c7743c4712aaeaa4abf694/food-and-beverage-service-actvities-statistics-2023.html

Sudirman, Kondolayuk, M. L., Sriwahyuningrum, A., Cahaya, I. M. E., Astuti, N. L. S., Setiawan, J., Tandirerung, W. Y., Rahmi, S., Nusantari, D. O., Indrawati, F., Fittriya, N. L., Aziza, N., Kurniawati, N., Wardhana, A., & Hasanah, T. (2023). Metodologi Penelitian 1. CV. Media Sains Indonesia.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. ALFABETA.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. ALFABETA.

Suherman, A. K., Arief, M. Y., & Fandiyanto, R. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Diskon Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Eiger Di Situbondo. Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME), 3(6). https://doi.org/10.36841/jme.v3i6.5008

Sulaiman, M. R. (2021). Sandiaga Uno: Bisnis Kuliner Serap Tenaga Kerja Paling Banyak di Sektor Ekonomi Kreatif. Suara.com. https://www.suara.com/lifestyle/2021/08/06/191952/sandiaga-uno-bisnis-kuliner-serap-tenaga-kerja-paling-banyak-di-sektor-ekonomi-kreatif

Sulastini, N. W., Wulandari, N. L. A. A., & Diputra, G. I. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata, 4(3), 417–428. https://doi.org/10.32795/vol4wamrtno1th24

Syukri, S. D. M., Dipoatmodjo, T. S. P., Hasdiansa, I. W., Haeruddin, M. I. W., & Aswar, N. F. (2025). Pengaruh Green Product Terhadap Repurchase Intention yang Dimediasi Oleh Brand Image pada Fore Coffee di Kota Makassar. Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, 5(1), 92–113. https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i5.5022

Tafsir Ibnu Katsir. (2004). Terjemah Tafsir Ibnu Katsir. Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i. https://www.alkhoirot.org/2018/11/terjemah-tafsir-ibnu-katsir.html

Wahbah az-Zuhaili. (2013). Tafsir Al-Munir: Aqidah, Syariah, Dan Manhaj (Terjemahan Abdul Hayyie Al-Kattani, Dkk.). https://archive.org/details/tafsir-al-munir-karya-syeikh-wahbah-a-zuhaili/5_6118219018101850322/