

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldiki, E. P., Hidayati, L. L. A., & Anisa, F. (2022). The Influence of Price and Product Quality on Repurchase Decision with Consumer Satisfaction as a Mediation Variable. *Urecol Journal. Part B: Economics and Business*, 2(2), 98–110. <https://doi.org/10.53017/ujeb.168>
- Angelina, N., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Pembangunan, U. (2024). *Pengaruh Customer Experience Dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention Pada Customer Cgv Di Surabaya Jimea | Jurnal Ilmiah MEA ( Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi )*. 8(3), 1703–1715.
- Anggraini, Ahmad Jauhari, & Beny Mahyudi Saputra. (2023). Pengaruh Customer Value Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Warung Lesehan Pak Brodin. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(5), 373–384. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i5.307>
- Aryatama, A., & Irawati, S. A. (2024). Pengaruh Cita Rasa, Pelayanan Konsumen, dan Lokasi yang Strategis Terhadap Daya Saing UMKM Kuliner di Sampang. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).
- Bagus &, & Lusua. (2023). Pengaruh Brand Loyalty, Brand Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Tri Di Solo Raya. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 71–82. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ijsm>
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2006). *Consumer Behavior* (10th ed.). Thomson/South-Western.
- Damanik, E. O. ., Purba, J. W. P., Simarmata, H. M. P., Lie, D., & Toni, N. (2025). Dual - Value Dynamics in Street Coffee Consumption: The Mediating Role of Customer Engagement Between Perceived Price Fairness and Social Experience Toward Repurchase Intention. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 7(3), 902–917. <https://doi.org/10.36985/btmnam40>
- Desi Ratnanda Fitri, & Moh Gufron. (2025). *Pengaruh Pengalaman Konsumen ( Customer Experience )*. 13(2), 125–136.
- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Faizi, N., & Febrilia, I. (2022). Analisis pengaruh customer experience dan e-service quality terhadap customer satisfaction pada pengguna transportasi online di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2), 391–403.
- Farizi, M. S., Kafabih, S. R., Farrawansyah, R. I., Wiyanti, S., Ekonomi, F., Universitas, M., Tegal, P., Kampus, A., Halmahera, J., Timur, K. T., & Tegal, K. (2025). *Persepsi Customer Experience , Service Quality , dan Product Quality terhadap Kepuasan Pelanggan di Warung Kopi Sinar Gemilang Kota Tegal Experience , Service Quality , dan Product Quality , serta dampaknya terhadap kepuasan Customer Experience ( Pengalam. (1), 22–39.*

- Febriansyah, F., & Triputra, G. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(1), 70–88. <https://doi.org/10.30873/jbd.v7i1.2618>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi ke-).
- Hibah, A. N., Febriansah, R. E., & Yani Muhammad. (2025). Quality Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Gofood Abstrak Pendahuluan. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 1540–1560.
- Hikmawati. (2020). *Metodologi Penelitian* (Edisi ke-). PTRaja Grafindo Persada.
- Ibzan, E., Balarabe, F., & Jakada, B. (2016). Consumer Satisfaction and Repurchase Intentions. *Developing Country Studies*, 6(2), 96–100. [www.iiste.org](http://www.iiste.org)
- Iqbal, C., Halim, A., & Indra, A. (2020). Pengaruh Promosi , Harga , Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Rekayasa Kopi Rantauprapat The Effect of Promotion , Price , Consumer Satisfaction , and Service Quality on. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2(April 2025).
- Jakpat. (2024). *Gen Z Characteristics and Behavior*. <https://insight.jakpat.net/become-lifestyle-how-is-coffee-drinking-habits-across-different-generations/>
- Khairiyanov, S. (2025). pengaruh cita rasa, kualitas pelayanan dan word of mouth terhadap keputusan pembelian kembali pada usaha seblak dapuraos di sumbawa. 2(1), 167–186.
- Khuswatun, A., & Yulianti. (2022). Pengaruh Variasi Produk , Harga , Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Prosiding Seminar Nasional UPM Unimus*, 5, 341–349. <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/1133/1131>
- Kotler&Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). P. Indeks (ed.).
- Miftahul Janah, Intisari Haryanti, & Sri Ernawati. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Foodbox Kota Bima. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(3), 216–237. <https://doi.org/10.55606/jimas.v2i3.496>
- Multriarti, R., & Silitonga, P. (2025). Analisis Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Industri Kuliner. *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues*, 2(2), 273–284. <https://doi.org/10.47134/jebmi.v2i2.619>
- Orlando, J., & Harjati, L. (2022). *Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan AA Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor*. 6(1), 49–66.
- Prasetyo I. A., & Santoso H. B. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Kala Seduh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset*

*Manajemen*, 12(4), 3–17.

- Rachmadani, L. D., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–10.
- Rijal, Survival Survival, & Mulyono Mulyono. (2025). Pengaruh Harga dan Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian Ulang yang Dimoderasi Kepuasan Pelanggan. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 3(4), 173–189. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v3i4.1903>
- Ristia, N. D., & Marlien, R. A. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *YUME: Journal of Management*, 4(3), 1–16.
- Riszkiah, Y., Said, M. ud, & Widayawati, E. (2025). Pengaruh Media Sosial, Customer Experience, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jiagabi*, 14(2), 339–349.
- Rohman, R. D. (2022). Pengalaman Pelanggan, Ulasan Pelanggan Secara Daring, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(3). [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3055208&val=27808&title=pengalaman pelanggan ulasan pelanggan secara daring dan variasi produk terhadap keputusan pembelian ulang](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3055208&val=27808&title=pengalaman%20pelanggan%20ulasan%20pelanggan%20secara%20daring%20dan%20variasi%20produk%20terhadap%20keputusan%20pembelian%20ulang)
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Saudi, S. &. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS* (S. Al Saudi, Ed.).
- Septasari, N., & Widyastuti. (2025). Jurnal Ilmu Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13, 474–481. <https://search.app/BtMgDg4K9sFwctTF7>
- Septiani, V. A., Wijayanti, C. I., Larasati, U., Nazhiifah, A. K., & Zuhri, S. (2024). Analisis perilaku konsumen pada kopi keliling sebagai alternatif gaya hidup gen z. *Jurnal Ilmu Sosial*, 5(4), 1986–2988.
- Snapcart. (2023). *Indonesia's Caffee Consumption Tren in 2023*. <https://snapcart.global/indonesias-coffee-consumption-trends-in-2023/>
- Sofya, P. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang “Slai O’lai.” *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1–10. <https://doi.org/10.47896/je.v23i1.99>
- Suasapha, A., H. (2020). Skala Likert untuk Penelitian Pariwisata; Beberapa Catatan untuk Menyusunnya dengan Baik. *Jurnal Kepariwisataaan*, 19(1), 29–40.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta,cv.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Edisi ke-2). ALFABETA,cv.

- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 2 ce). ALFABETA,cv.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Edu Research*, 5(3), 110–116.
- Suryaningtyas, A. P., Bassalamah, M. R., & Wahyuningtiyas, N. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Product Quality Terhadap Pembelian Ulang Ice Cream Mixue (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 1581–1589.
- Syahbudin, R., Tumbel, T. M., & Punuindoong, A. (2023). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani. *Productivity*, 4(6), 717–723.
- Syamsi, B., Djaelani, A. K., & Mustapita, A. F. (2023). Pengaruh Produk Variety, Brand Image, Citarasa, Terhadap Keputusan Pembelian Mc'Donalds (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Tahulending, P. E., Tumbel, A. L., Tampenawas, J. L. A., Rasa, P. C., Dan, L., Terhadap, R., Tahulending, P. E., Tumbel, A. L., & Tampenawas, J. L. A. (2024). ( *Studi Pada Mie Che Tahuna Rm . Anugrah* ) *the Influence of Taste , Location , and Responsiveness on the Decision To Repurchase Mie Che Ba Tahuna ( Study on Mie Che Tahuna Rm . Anugrah )*. 12(4), 412–422.
- Ulfa, S. M., & Safitri, S. (2025). Pengaruh Servicescape, Variasi Menu, Dan Cita Rasa Terhadap Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Shanaya Food Pekanbaru. *ECo-Fin*, 7(1), 480–493. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i1.2155>
- Valentine, L. (2023). Analisis Persepsi Harga, Cita Rasa, Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mie Gacoan Tegal. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(4), 425–443.
- Wahyudi, Y. H., Kristanti, D., & Nurbambang, R. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Bakpia Endous Kediri. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 1(2), 47–67. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i2.1640>
- Wardani, I. Y., Ruspitasari, W. D., & Handoko, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada 200 Cafe and Food Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 89–100. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i2.1524>
- Zulkarnain, M. (2021). Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 38–44. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i1.198>