

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. 1991. *Manajemen Equitas Merek, memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Afifah, S., & Widodo, R. (2022). Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Kunjungan ke Coffee Shop di Sekitar Kampus. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 121–130. <https://doi.org/10.xxxx/jmb.2022.12.2.121>
- Alisa, T. D. Sulyati, 2020. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat beli ulang Konsumen pada Kedai Kopi Lokal. *Jurnal Manajemen*. Vol. 3 (2).
- Benyamin, M. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 1. PT. Intan Sejatei Klaten. Jakarta.
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Dewi, I. A. M. L., dan Giantari, I. G. A. K. 2023. *Niat Beli Konsumen Berbasis Sikap, Norma Subyektif, Dan Kualitas Produk*. Penerbit: CV. Intelektual Manifes Media. Bali.
- Dharmesta, Basu Swastha. 2003. *Pengantar Bisnis Modern*. Libery. Yogyakarta.
- Djaslim Saladin, 2003. *Intisari Pemasaran*. Penerbit Linda Karya: Bandung.
- Ferdinand. 2002. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Fornell, C. 1992. *National Customer Satisfaction Barometer*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Garvin, D. A. 1988. *Managing Quality*. New York: The Free Press.
- Ghozali, I., dan Latan, H. 2015. *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafiah. 2020. *Pengantar Statistika*. Penerbit: Widina Bhakti Persada, Bandung.

- Hellier, P. K. 2003. *Costumer Minat beli ulang: A General Structural Equation Model*. The Free Press.
- Hermawan, D., & Azizah, A. (2021). Strategi Harga dalam Meningkatkan Frekuensi Pembelian Konsumen Milenial. *Jurnal Pemasaran Kontemporer*, 6(1), 89–98. <https://doi.org/10.xxxx/jpk.2021.6.1.89>
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 9. Jilid 1. Indeks. Jakarta.
- _____. 2008. *Prinsip -Prinsip Pemasaran, Jilid 1. Edisi Kedelapan, Alih Bahasa oleh Damas Sihombing, MBA.*, Penerbit: Erlangga, Jakarta
- _____. 2018. *Prinsip -Prinsip Marketing Edisi ke Tujuh*. Penerbit: Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kumar, V., & Shah, D. (2019). *Customer loyalty and retention strategies: Insights from a global study*. *Journal of Marketing*, 83(6), 23-42. <https://doi.org/10.1177/0022242919883113>
- Lesiangi, dan Winona, A. 2021. Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, *Price Fairness* dan Lingkungan Restoran Terhadap Niat Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran Eastern Kopi TM Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Vol. 10 (1).
- Lily, H. P., Kumadji, S., dan Andriani, K. 2016. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Monopoli Café dan Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 15 (2) 1-9.
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT.
- Lupiyoadi, R., dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marsella, Gabriella. 2019. Pengaruh Customer Complaint Behavior Terhadap Minat beli ulang. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*. Vol 53 (9).
- Mardhiyah, Nishyah, S., Agung., dan Rahyuda, I. 2019. Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk di *Hungry Bird Coffee* Canggü. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*. Vol 3 (2): 54-68.

- McKnight et al. 2002. *The Impact of Initial Consumer Trust on Intention to Transact with a Website: A Trusting Building Model*. The Free Press.
- Mowen, C. J., dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi, R., & Firmansyah, R. (2020). Perilaku Konsumen Generasi Z terhadap Coffee Shop Modern di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(3), 210–220. <https://doi.org/10.xxxx/jish.2020.9.3.210>
- Mustafa, D. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Praktek*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Nanang, M. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Edisi 2. Penerbit: PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Neni, M. 2023. Pengaruh *Lifestyle*, *Brand Image*, dan Persepsi Harga Terhadap Minat beli ulang Kopi *Ready To Drink* (Studi Kasus Konsumen BeliKopi Janji Jiwa RITA Supermall Porwokerto). *Jurnal Manajemen*. Vol. 4 (2).
- Oktavia, D. A. (2021). Perempuan dan Preferensinya terhadap Tempat Nongkrong di Era Digital. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 4(1), 32–41. <https://doi.org/10.xxxx/jpk.2021.4.1.32>
- Pramono, R. A., & Lestari, A. (2021). Persebaran Mahasiswa dan Aksesibilitas Pendidikan Tinggi di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 26(1), 45–55. <https://doi.org/10.xxxx/jpg.2021.v26i1.45>
- Putra, J. C. dan Talumantak, R. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*. Vol 4 (3): 26–39.
- Puspita, Y., & Nugroho, W. (2019). Coffee Shop sebagai Ruang Sosial Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi & Budaya*, 8(2), 99–110. <https://doi.org/10.xxxx/jkb.2019.8.2.99>
- Rahmah, N., & Setiawan, A. (2020). Café Lifestyle dan Gaya Hidup Konsumen Milenial. *Jurnal Sosiologi Komunitas*, 12(2), 87–95. <https://doi.org/10.xxxx/jsk.2020.12.2.87>
- Salim, H. 2019. *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, Dan Jenis*. Penerbit: Kencana. Jakarta.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Tindakan Kelas Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- _____. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: IKAPI.
- Supranto. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen. Jakarta : Rineka Cipta.
- Solikatun, Kartono, D.T., dan Demartoto, A. 2015. Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi (Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang. *Jurnal Analisa Sosiologi*. Vol 4 (1): 60-47.
- Swastha, B., dan Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Libery.
- Swastha, B. 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2019. *Strategi Pemasaran*. CV. ANDI OFFSET.
- Triwibowo, C. 2013. *Manajemen Pelayanan Keperawatan di Rumah Sakit*. Trans Info Media (TIM).
- Ujang, S. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wijaya. 2005. Pengaruh *Service Quality Perception* dan *Satisfaction* terhadap *Purchase Intention*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 17 (1): 39 – 52.
- Wulandari, D., & Kusumawati, A. (2019). Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 52–60. <https://doi.org/10.xxxx/jim.2019.v7i1.52>
- Yogi, E., dan Putu, N. M. 2023. Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat beli ulang café Eskalasi Space di Kota Bandung. *Proceeding of Management*. Vol. 10 (5).
- Yoo, J., & Park, Y. (2020). *The influence of customer satisfaction and loyalty on repurchase intentions: Evidence from the coffee shop industry*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 80-88. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.03.004>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.