

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). RAJAWALI PERS Divisi Buku Perguruan Tinggi PT RajaGrafindo Persada.
- Agung Prasetyo, H., & Harsono, S. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek dan Diskon Harga terhadap Niat Pembelian dengan Mediasi Citra Restoran Seafood New Javana di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 5(1), 13. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.470>
- Dian, S., & Budiadi, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Zybrick Coffee & Cantina. *Manajemen*, 3(6), 1–19.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN JASA (STRATEGI, MENGUKUR KEPUASA PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN)* (Herlambang Rahmadhani (ed.)). Penerbit Deepublish (Grup Penerbit CV Budi Utama).
- Ferdinand Augusty. (2002). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gottlieb Fyeter. (2019). *Kopi Masa Kini Lebih Mudah dan Efisien - Fore Coffee*. Medium.Com. <https://medium.com/@gottliebfyetersitohang/kopi-masa-kini-lebih-mudah-dan-efisien-fore-cofee-81de60dae7d6#:~:text=Fore Coffee merupakan abreviasi dari,sekitarnya%2C seperti halnya sifat hutan.>
- H, Molden, E., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2014). ( Survei pada Pelanggan yang Mengingat di Jambuluwuk Batu Resort Kota Batu ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol.*, 15(2), 1–9. [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)
- Husein Umar. (2003). *Metode Riset Bisnis* (2nd ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jayani Hadya, D. (2019). *10 Alasan Membeli Makanan Secara Online*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/19/10-alasan-membeli-makanan-secara-online>
- Kotler and Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, inc.*
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*. PT Prenhallindo.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1). PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Indonesia.). Erlangga.
- Larinta, karina denna. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN POTONGAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PIZZA HUT DI KOTA MALANG Karina. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Lupiyoadi, R., & Bramulya Ikhsan, R. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat.
- Mensah, I., & Mensah, R. D. (2018). Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Repurchase Intention in Restaurants on University of Cape Coast Campus. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(1), 27–36. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1247542>
- Naufian S. Febriani, W. W. A. D. (2018). *Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press.
- Ndari, D. P. (2015). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Ud Upindo Raya Cabang Tanah Grogot. *Journal Administrasi Bisnis*, 3(3), 612–625. <https://doi.org/2355-5408>
- Nindiani, A., & Hamsal, M. (2018). Product and Service Quality Analysis: An Empirical Study of Customer Satisfaction in a Bakery. *Binus Business Review*, 9(2), 95. <https://doi.org/10.21512/bbr.v9i2.4257>
- Ningrat, D. K., & Maharani, N. (2019). *Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli pada Kedai Kopi Aruna Dine And Coffee Bandung*. 5.
- Prasetya Putra, H. (2018). *PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP PERSEPSI NILAI DAN NIAT UNTUK MEMBELI KEMBALI (Studi Pada Konsumen Coffee-Shop Jokopi Surabaya) Oleh : Hendrie Prasetya Putra*. 1.
- Pratama, E. H., & Santoso, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Pada Warung Internet I-Cafe Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Kota Blitar. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 179. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.311>
- Rahmawaty, P. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Bredtalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 89–98. <https://doi.org/10.21831/jim.v12i1.11744>
- Ratnasari, I. (2019). Pengaruh Customer Experience, Promosi Penjualan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Milkbar Cafe Gombang Kebumen. *Management of Journal*.
- Rukia Pinda Sari, Murad Murad, A. O. (n.d.). *Analisis Statistik Untuk Mendapatkan Waktu Optimal Dari Losstime Dalam Memenuhi Produksi Penambangan Batubara Di Area Pit Timur Pt . Artamulia Tatapratama*. 3(3),

943–952.

- Shin, C.-S., & Hwang, G.-S. (2015). The Impact of Korean Franchise Coffee Shop Service Quality and Atmosphere on Customer Satisfaction and Loyalty. *The East Asian Journal of Business Management*, 5(4), 47–57. <https://doi.org/10.13106/eajbm.2015.vol5.no4.47>.
- Sholihat, A., & Rummyeni, R. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 5(1), 1–15. <https://www.neliti.com/publications/204752/pengaruh-promosi-penjualan-dan-kualitas-pelayanan-terhadap-keputusan-pembelian-d>
- Simamora, H. (2010). *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jilid II).
- Sujana, I. (2006). *Kamus Manajemen* (Cetakan Pe).
- Syofian Siregar. (2016). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian* (1st ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (Edisi 3). Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Ulum, F. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(2), 68. <https://doi.org/10.33365/jtk.v12i2.156>
- Wang, E. S. T., & Yu, J. R. (2016). Effect of product attribute beliefs of ready-to-drink coffee beverages on consumer-perceived value and repurchase intention. *British Food Journal*, 118(12), 2963–2980. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2016-0128>
- Wiratna Sujarweni. (2015). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS DAN EKONOMI PENDEKATAN KUANTITATIF*. Pustaka Baru Press.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2010). *Pemasaran Jasa : Manusia, Teknologi, Strategi* (Bahasa Ind). Erlangga.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375. <https://doi.org/10.1177/009207002236911>
- Zhang, Q., & Prasongsukarn, K. (2017). A relationship study of price promotion , customer quality evaluation , customer satisfaction and repurchase intention : a case study of Starbucks in Thailand. *IASTEM Internasional Conference*, 9, 36–39. <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/view/39568>