

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*. 5.
- Adixio, R. F., & Saleh, L. (2013). *Pengaruh kualitas layanan dan nilai yang dirasakan terhadap niat pembelian ulang melalui mediasi kepuasan pelanggan restoran solaria di surabaya*. 3(2), 151–164.
- Andika, F. (2020). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Rumah Makan Sambal Lalap Cabang Jambi oleh Konsumen Muslim*.
- Apriliani. (2019). *Pengaruh Brand Trust, Brand Equity, dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo)*. *Jurnal PPKM*, 6(2), 112–121.
- Aryani, D. W. I., & Rosinta, F. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. 17, 114–126.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1), 1–6.
- Cendriono, N., & Ardiana, T. E. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Dawet Jabung yang Dilihat dari Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi*. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 18(2), 188.
<https://doi.org/10.29040/jap.v18i2.120>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*.
- Damayanti, C., & Wahyono. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening*. *Management*

- Analysis Journal*, 4(3), 236–251. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i3.8875>
- Dewi, M. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Kosmetik Pixy (Studi Kasus pada Mahasiswi Universitas Samudra)*. 6(2), 749–759.
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 2895–2914. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i08.p01>
- Fakhrudin, A. (2019). *Pengaruh kewajaran harga dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian ulang pada penumpang maskapai citilink indonesia*. 10(1), 55–72. <https://doi.org/10.18196/mb.10168>
- Fallo, K. P. E., & Suprapti, N. W. S. (2019). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh WOM Terhadap Niat Beli Produk Nutrisi Merek Herbalife. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(4), 2209–2238.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk & Merek (Planning & Strategy)*.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.
- kememparekraf.go.id. (n.d.). *Kuliner*. Kememparekraf.Go.Id. Retrieved May 4, 2021, from <https://kememparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif/Kuliner>
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen King Cake*. 1, 50–51.
- Mas'ud, A. R., Rombe, E., & Nainggolan, E. P. (2018). *Pengaruh kepuasan konsumen terhadap perilaku pembelian ulang konsumen pada café dan resto bangi kopitiam di kota palu*. 4(1), 71–80.

- Mulyawan, R. (2016). *Birokrasi dan Pelayanan Publik* (W. Gunawan (ed.)). Unpad Press.
- Noegroho, O. A., Suharyono, & Kumadji, S. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 1–7.
- Pandesia, A. E., Saerang, I., & Sumarauw, J. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado*. 5(2), 1315–1326.
- Pertiwi, A. R., Djawahir, A. H., & Andarwati. (2017). Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust dan Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Make-Up Brand Impor di Surabaya). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20–35.
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia)*. 6, 1–10.
- Pramataty, V., Najib, M., & Nurrochmat, R. (2015). *Pengaruh Atmosfer Kedai Kopi Terhadap Emosi Dan Keputusan Pembelian Ulang*. 12(2), 126–136.
<https://doi.org/10.17358/JMA.12.2.126>
- Pratiwi, A. K. A., & Saino. (2014). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kesan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1725–1736.
- Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang*. 2(202), 43–54.
- Purnomo, K. (2020). *Saat Kopi Nusantara Jadi Primadona di Negeri Sendiri*.
Www.Kompas.Com.

<https://www.kompas.com/food/read/2021/03/25/060200475/saat-kopi-nusantara-jadi-primadona-di-negeri-sendiri?page=all>

- Pusparisa, Y. (n.d.). *Produksi Kopi Indonesia Kalah dari Brazil dan Vietnam*. Databoks.Katadata.Co.Id. Retrieved April 27, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/13/produksi-kopi-indonesia-kalah-dari-brazil-dan-vietnam#>
- Rahanatha, G. B., & Dharmayana, I. M. A. (2018). *Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Membeli Kembali*. 6(4), 2018–2046.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening*. 6, 1–12.
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sain Indonesia*, 3(1), 1–7.
- Ruslim, T. S., & Rahardjo, M. (2016). Identifikasi Kepuasan Konsumen ditinjau dari segi Harga dan Kualitas pada Restoran Abuba Steak di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2, 51–65.
- 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 (JRMSI)*, 3.
- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4, 535–541.

- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). *Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*. 21(040), 157–168.
- Sugiarto, D. (2019). *Hasil Riset: Kedai Kopi di RI Bertambah 2.000 Dalam 3 Tahun*. Finance.Detik.Com. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-riset-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. CV Alfabeta.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 04(1), 41–53.
- Susanto, A. B., & Wijarnako, H. (2004). *Power Branding*. https://books.google.co.id/books?id=MYVhZN_1JzYC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Wibowo, S. F. (2017). *The Effect of Trust and Brand Image on Purchase Decree (Us Toyota Car Survey in Jakarta Region)*. 8(2), 317–337.
- Wingsati, W. E., & Prihandono, D. (2017). Pengaruh Penanganan Kegagalan Layanan, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(2), 1–11.
- Yufizar, A. F. (2017). Pengaruh Experiential Marketing dan Brand Trust terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Jatra Pekanbaru. *Faculty Of Economics Riau University*, 2(2), 2010–2012.
- Yunida, R., Nuryadin, M. T., & Juliyanti, M. I. (2020). Pengaruh Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Nutrition Club Herbalife Rawasari.

Jurnal INTEKNA, 20(2), 74–77.