

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. 2022. *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening Media Publishing.
- Adi, D. R. C., & Soebiantoro, U. 2023. Analysis Of The Influence Of Brand Image And Location On Repurchase Interest In Coffee Shop Jokopi Dinoyo Surabaya. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, Vol. 4, No. 6 : 7006-7020.
- Agustiani, N. R., & Yusa, V. D. 2023. Pengaruh Halal Awareness Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Pada Mixue. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 1, No. 4 : 01-18.
- Antika, N. W. P. F., & Indiani, N. L. P. 2023. Pengaruh Variasi Menu, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Zactie Bar And Restaurant). *Warmadewa Management and Bussiness Journal*, Vol. 5, No. 1 : 1-13.
- Astuti, C. W., & Abdurrahman. 2022. Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Advances in Digital Business and Entrepreneurship*, Vol. 1, No. 2 : 33-49.
- Astuti, F. F., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. 2019. Pengaruh Variasi Menu Dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso. *Manajemen Dewantara*, Vol. 3, No. 1 : 151-160.
- Bayu, D. Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 4,62% pada Kuartal II/2023. Retrieved from DataIndonesia.id : <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-462-pada-kuartal-ii2023>. Diakses 2 Januari 2023.
- Badan Pusat Statistik. Kabupaten Kudus Dalam Angka 2023. Retrieved from Kuduskab.bps.go.id : <https://kuduskab.go.id/publication/>. Diakses tanggal 13 Maret 2024.
- Betharia, E., & Othman, L. 2024. Pengaruh Word Of Mouth dan Digital Marketing (Media Sosial Instagram) terhadap Minat Beli Ulang di Re Caffé Platinum

Pekanbaru. *Journal Of Economic, Business and Accounting*, Vol. 7, No. 4 : 8104-8116.

Budi, P. V. D. S., & Yasa, N. N. K. 2023. *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Niat Beli Ulang : Konsep dan Aplikasi Pada Studi Kasus*. Media Pustaka Indo.

Fahmi, M. et al. 2020. Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing terhadap Repeat Purchase pada Fast-Food Restaurant di Kota Medan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 11, No. 1 : 53-68.

Fatimah, N. O., & Transistari, R. 2022. Pengaruh Product Diversity, Price Perception, Location, Dan Service Quality Terhadap Repurchase Intention Konsumen Kopi Njongke Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, Vol. 3, No. 2 : 165-174.

Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Firmansyah, A.M., & Mahardhika, B.W. 2018. *Pengantar Manajemen Edisi 1*. Yogyakarta: Deepublish.

Firmansyah, M. A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: DeepPublish.

Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Halim, F. et al. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.

Handayani, S., & Fauzi, R. U. A. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, Variasi Menu, Cita Rasa, Halal Awareness Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Restoran Mie Gacoan Madiun (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran Mie Gacoan Di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 5.

Harsanto, B. 2022. *Dasar-Dasar Manajemen Operasi : Konsep, Batang Tubuh Ilmu dan Industri 4.0*. Prenada Media.

- Hayani. 2021. Minat Beli Konsumen Terhadap Suasana Toko Dan Lokasi. *Journal of Management and Bussiness*, Vol. 3, No. 2 : 82-92.
- Imanulah, R., Andriyami, I., & Melvani, F. N. 2022. Pengaruh Citra Toko, Varian Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Restoran Pancious Soma Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan bisnis*, Vol. 10, No. 1 : 285-295.
- Indarasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kedung Coffee & Resto. *Kedungcoffee*. Retreived from Tiktok.com: <https://www.tiktok.com/@kedungcoffee/>. Diakses 12 Desember 2023.
- Kedung Coffee & Resto. *Kedungcoffee*. Retreived from Instagram.com: <https://www.instagram.com/kedungcoffee/>. Diakses 12 Desember 2023.
- Kezia. et al. 2023. The Influence Of Product uality, Service Quality, and Store Atmosphere Towards Customer Repurchase Intention At Fat-Fat Restaurant in Bekasi. *International Journal Of Economics, Business and Accounting Research*, Vol. 7, No. 2 : 722-731.
- Khong, R., & Tandiwan, J. 2024. Pengaruh Citra Merek, Variasi Menu dan Pemasaran Sosial Media terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Restoran Dimsum Mamatjoe Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 1 : 45-58.
- Kosli, J., Yuwono, V. K., & Soediro, M. 2023. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Atsmophere Restoran terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Kajian terhadap sebuah restoran X di Makassar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, Vol. 10, No. 2 : 1317-1326.
- Laili, F., Ediyanto., & Pramesthi, R. A. 2022. Pengaruh Lokasi Dalam Menentukan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Makan Ayam Pedas HJ Rupini Di Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*, Vol 1, No. 5 : 1029-1038.
- Lestari, B., & Noviningtyas, I. 2021. Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, Vol. 2, No. 3 : 150-159.

- Lestari, N. I., & Iswati, H. 2021. The Effect Of SMEs Product Quality And Social Media On Repurchase Interest With Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, Vol. 6, No. 1 : 24-40.
- Mais, M., Ogi, I. W. J., & Raintung, M. C. 2024. Pengaruh Lifestyle, Café Atmosphere, Dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention Kalangan Anak Muda Pada De"Kersen Café Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 12, No. 1 : 37 - 49.
- Mahadika, N., Wulansari, N., & Susanti, R. 2022. Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Di Foursides Coffee Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan*, Vol. 2, No. 1 : 17-26.
- Maharani, N.D., & Suwitho. 2021. Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk, Dan Harga Terhadap Repurchase Intention Pada Economie Resto Merr Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 10, No. 3 : 1-16.
- Mahe, A. A., Suwarsono, B., & Nadhiro, U. 2023. Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bebek H. Slamet Kota Kediri. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, Vol. 2, No. 1 : 240-257.
- Marheningsih., & Amirulmukminin. 2020. "Pengaruh Variasi Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Ilo Peta Kota Bima. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, Vol. 4, No. 3 : 280-285.
- Mariana, T., Suhartanto, D., & Gunawan, A. I. 2020. Prediksi Minat Beli Makanan Cepat Saji Halal : Aplikasi Theory Of Planned Behavior. *Industrial Research Workshop and National Seminar* 1180-1185.
- Maulana, M. Y., Listiana, E., & Afifah, N. 2023. Pengaruh Local Name Brand Dan Promosi Media Sosial Terhadap Sikap Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Konsumen Coffee Shop Di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, Vol . 10 : 305-314.
- Maulana, Y. S., & Alisha. 2020. Inovasi Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Jurnal Inovasi Bisnis*, Vol. 8 : 86-91.

- Meylani, F., Soegoto, A. S., & Mandagie, Y. 2022. Analisis Pengaruh Lokasi Usaha Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Nol_Id Tataaran II. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, Vol. 5, No. 2 : 1269-1280.
- Mochtar, M. M. I., Mandey, S. L., & Pondaag, J. J. 2022. Pengaruh Media Sosial, Metode Pembayaran Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Makanan Dan Minuman Di Cinema XXI Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, Vol. 10, No. 4 : 1807-1818.
- Mujahidin, A. F., Hartono., & Verlandes, Y. 2022. Pengaruh Menu Diversity, Cafe Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Purchasing Decision Di Cafe Sabin Trawas Mojokerto. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 3 : 141-148.
- Mulyani, F., & Wulansari, N. 2023. Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Menu Breakfast Terhadap Repurchase Intention Tamu Di Truntum Hotel Padang. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, Vol. 6, No. 2 : 683-691.
- Mursani, J. E., Hartono, S., & Sudarwati. 2022. Repurchase Intention Ditinjau Dari Store Atmosphere, Lifestyle Dan Product Variety (Studi Kasus Pada Coffee Shop Heika Kopi Surakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, Vol. 15, No. 2 : 48-58.
- Mursid, M. C., & Palpuningtyas, A. D. 2022. *Kontrol Perilaku Untuk Membeli Ulang Kosmetik Halal Perspektif Theory Of Planned Behavior*.
- Musnaini, et al. 2020. *Digital Marketing*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Natalia, L., & Evitasari, D. 2022. *Gizi Dalam Kesehatan Reproduksi*. LovRinz Publishing.
- Novitasari, W., & Handayani, S. 2022. Pengaruh Harga, Lokasi, WOM Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cafe Senewen Time Surabaya. *Journal Of Sustainability Business Research*, Vol. 3, No. 2 : 86-93.
- Nugraha, J. P. et al. 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.

- Pandelaki, B. K. M., Mandey, S. L., & Raintung, M. C. 2023. Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Di R-Zone Cafe Langowan. *Jurnal EMBA*, Vol. 11, No. 1 : 312-232.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. 2014. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Edisi 9*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Rinawati, W., & Ekawatiningsih, P. 2019. *Manajemen Pelayanan Makanan Dan Minuman*. UNY Press.
- Purnawarman, A. F., Hermani, A., & Pradhanawati. 2022. Pengaruh Kualitas Produk Dan Suasana Cafe Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Cafe Potobello Sumurboto Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 11, No. 1 : 109-117.
- Purwantinah, A. 2021. *Pengelolaan Bisnis Ritel (C3) Kompetensi Keahlian : Bisnis Daring Dan Pemasaran*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Putra, I. G. B. N. P., Maharani, I. A. D, P., & Soraya, D. 2021. *Kewirausahaan*. Nilacakra.
- Rachmad, Y. E., et al. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Rahmawati. 2022. *Apa Saja Variabel Dalam Bidang Marketing (Panduan Bagi Peneliti Pemula)*. Kalimantan Timur: Mulawarman University PRESS.
- Rahmawati, A. R. 2021. Pengaruh Social Media Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J. CO Donuts And Coffee Kota Samarinda. *Ejournal Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 1 : 17-28.
- Ramadhina, A., & Mugiono. 2022. Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Vol. 1, No. 1 : 59-67.
- Rinawati, W., & Ekawatiningsih, P. 2020. *Manajemen Pelayanan Makanan dan Minuman*. Yogyakarta: UNY Press.

Ruyatnasih, Y., & Megawati, L. 2018. *Pengantar Manajemen (Teori, Fungsi dan Kasus) Edisi 2*. Yogyakarta: CV. Absolute Media.

Rayuwati, et al. 2022. The Influence Of Price, Store Atmosphere And Food Product Quality On Buying Interest At Tootor Coffee Takengon. *International Journal of Science, Technology & Management*, Vol. 3, No, 4 : 1129-1143.

Rizky, M., Yuliati, L. N., & Hasanah, N. 2023. Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Repurchase Intention Melalui Experiential Marketing Dan Brand Trust. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 9, No. 2 : 658-670.

Saputra, A. A., Hamdun, E. K., & Praja, Y. 2023. Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Arum Mlandingan Situbondo Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*, Vol. 3, No. 8 : 1879-1894.

Saputra, Y., Niswan, E., & Utama, N. U. 2023. Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa terhadap Minat Berkunjung Kembali di Aming Coffee Podomoro. *E-Journal Equilibrium Manajemen*, Vol. 9, No. 1 : 59-67.

Saraswati, K. D., Sanjaya, P. K. A., & Trarintya, M. A. P. 2021. Pengaruh Variasi Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, Vol. 1, No. 2 : 431-442.

Setyawan, A. et al. 2023. The Role Of Service Quality, Trust And Location In Increasing Cafe Customer Repurchase Intention. *International Journal of Management Science and Information Technology*, Vol. 3, No. 1 .

Sobari, H. 2022. *Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Sebagai Rujukan Keputusan Pembelian Di Pasar Modern*. Surabaya: Global Aksara Pers.

Sopiah., & Sangadji, E. M. 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sucahyono, A. P. D., Wijaya, A. J., & Wijdaja, D. C. 2021. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Emosi Tamu Dan Minat Beli Ulang Di Michael TJ Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 7, No. 2 : 55-62.

- Sugandini, D. et al. 2019. *Pemasaran Digital : Adopsi Media Sosial Pada UKM*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis: Untuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI.
- Suryani, T. et al. 2022. *Strategi Pengelolaan Aktivitas Pemasaran Di Media Sosial*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Susanto, D. W., Faridah., & Amirul. 2023. Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada UKM Dapur Julie Depok. *Jurnal Warta Dharmawangsa*, Vol. 17, No. 1 : 182-197.
- Tania, C. A., Hafizah., & Aditi B. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Minat Membeli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Di Cafe n2 Foodcourt Tanjung Morawa). *Jurnal Akuntansi Manajemen Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 1 : 16-32.
- Tilting, L. B., & Arimbawa, I. G. 2020. The Effect of The Store Atmosphere, Variation Of Product And Promotional Media Through Instagram On Impulse Buying And Repurchase Intention At Cafe Fruts99 Surabaya. *World Journal Of Entrepreneurship Project And Digital Management*, Vol. 1, No. 1 : 40-50.
- Tjiptono, F., & Diana, A. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tondang, G. A., Nasution, M. L. I., & Dharma, B. 2023. Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: D'best Cafe Tuamang). *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No.1 : 15-26.
- Trisnayani, P. E., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. 2023. Pengaruh Product Quality, Brand Image Dan Location Terhadap Repurchase Intention Pada Konsumen Restoran Happy Chappy Cangggu Plaza. *Jurnal EMAS*, Vol. 4, No. 1 : 147-160.

- Universitas Muria Kudus, 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi Prodi Manajemen FEB UMK*. Kudus: Universitas Muria Kudus.
- Utama, A. P. 2023. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Ruang Lingkup*. Indramayu: Adanu Abimata.
- Utami, C. W. 2018. *Manajemen Ritel: Strategi Dan Impelementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia Edisi 3*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Uttari, N. L. W., & Giantari, I. G. A. K. 2022. Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repeat Repurchase. *Buletin Studi Ekonomi*, Vol. 27, No. 1 : 101-121.
- Welsa, H., Kurniawan, I. S., & Nagar, R. 2021. Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Image Pada Konsumen Rocket Chicken. *Journal Competency Of Business*, Vol. 5, No.1 : 10-27.
- Wijaya, S. T., Fridayani, J. A., & Maridjo, H. 2024. Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 12, No. 1 : 35-36.
- Yoeniargo, Y. D., & Dyatmika, S. W. 2020. Pengaruh Produk, Testimoni Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Di Cafe Warunk Upnormal Gresik. *Journal Sustainability Business Reserach*, Vol. 1 No. 1 : 12-18.
- Yonathan, G. E., & Benarto, I. 2022. Pengaruh Content Marketing Instagram, Social Media Marketing Instagram, Price Dan Restaurant Atmosphere Terhadap Repurchase Intention Pada Restaurant San Bar. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 6, No. 2 : 106-119.
- Yuniakartika, L., & Harti. 2022. Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Akun Instagram @carubanmangan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 6, No.1 : 212-230.
- Yusuf, M. 2014. *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Zainurossalamia, S. 2020. *Manajemen Pemasaran Teori dan Startegi*. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja.

