

## DAFTAR RUJUKAN

- Anang Firmansyah, M. 2018. *Perilaku Pelanggan (Sikap dan pemasaran)*. Edisi I. Sleman: Deepublish.
- Damayanti, dkk. 2022. Pengaruh Customers Experience dan Customers Satisfaction terhadap Pembelian Ulang Produk Avoskin. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, Volume 4, Nomor 6 (hlm.1698-1714).
- Dodds, W.B., dkk. 1991. Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations. *Journal of Marketing Research*, Volume 28 (hlm.307-319).
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen (5 ed.)*. Jawa Tengah: IDR UIN Antasari Banjarmasin.
- Ferdinand, Augusty Tae. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Feriska, 2023. Pengaruh *Customer experience* dan Variasi Menu Breakfast Terhadap Repurchase Intention Truntum Hotel Padang. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, Volume 6 Nomor 2. (hlm.83-691).
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- HARTADI, Reza Tri. "Pengaruh Peran Lokasi Usaha, Kualitas Layanan, dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Membeli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi" (Studi pada Pelanggan Takoyaki Secret di Purwokerto). Diss. Universitas Jenderal Soedirman, 2023.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer Repurchase Intention A General Structural Equation Model. In *European Journal of Marketing* (Vol. 37, Issue 11/12). <https://doi.org/10.1108/03090560310495456>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manoppajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macana Jaya Cemerlang.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kurniati, Yasintha. 2016. Pengaruh Self-Congruity dan Functional-Congruity Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. Skripsi (tidak diterbitkan). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UniversitasSebelas Maret.
- Lewis, R. C., & Booms, B. H. (2012). *The Marketing Aspects of Service Quality*. Chicago
- Mahmudan, A. 2022. Berapa Konsumsi Kopi Indonesia Pada 2020/2021?. Didapat dari <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021>

- Umul, dkk. 2021. Analisis Pengaruh Cafe Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan *Customer experience* Terhadap Repurchase Intention Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*. Volume 3. Nomor 5: (hlm.1030-1046).
- Fariz, 2021. Pengaruh Sikap, Variasi Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Point Pelabuhan Tanjung Priok). Diss. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Nasermoadeli, dkk. 2013. *Evaluating the Impacts of Customer experience on Purchase Intention, International Journal of Business and Management*. Volume 8, Nomor (6), (hlm.128-138).
- Monita, dkk. 2021. Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, Volume 11. Nomor 2: (hlm.230-243).
- Nurhayati, & Murti, W. W., 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. Value Added, Volume 8 Nomor 2:(hlm.47–62).
- Pramono dkk. 2012. Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Jakarta: Intidayu Press. Quality”. *Journal of Retailing*. Vol 64 Nomor 1.
- Ratnasari, 2021. Pengaruh Customer experience, Promosi Penjualan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan Pada Milkbar Cafe Gombang Kebumen. Jurusan Manajemen STIE Putra Bangsa Kebumen: (hlm.1-9).
- Rendhy, dkk. 2021. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap Niat beli ulang pelanggan (Studi pada Portobello Café Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Volume 8 Nomor 3: (hlm.231-240).
- Reza Sri, dkk. 2021. Pengaruh Customer experience Dan Trust Terhadap Niat Beli Ulang Layanan Pesan Antar Gofood Saat Pandemi Covid-19 Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*. Volume 3, Nomor 2: (hlm.181-192).
- Ridhwan Mustajab, 2023. Kinerja Industri Makanan dan Minuman Naik 4,90% pada 2022. Didapat pada <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/kinerja-industri-makanan-dan-minuman-naik-490-pada-2022>.
- Schmitt, B. H., 2013. *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your brand*. New York: The Free Press.
- Soehardi, S., 2021. Model Peningkatan Volume Penjualan Melalui Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Kopi Golda. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*. Volume 4, Nomor 2: (353–360). <https://doi.org/http://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/398> *Managing the customer experience: Turning customers into advocates*. London: Pearson Education Ltd

- Sudrajad. 2014. Analisis Pengaruh Citra Merek, harga dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang. Tesis (tidak diterbitkan). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta
- Thamrin, A., & Tantri, F., 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy., 2006. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi
- Viani Subastian., 2023. Pengaruh Customer experience Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi Dalam Perspektif Islam.
- Wahyu, Arumdani Nur, et al. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Repurchase Intention Pelanggan pada Kedai Kopi Lokal." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK 1.1* (2020): 110-125.
- Walden, S., 2017. *Customer experience: The difference that makes the difference*. John Wiley & Sons.
- WIBISONO., 2021. Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Pelanggan dan Gaya Hidup terhadap Niat Beli Ulang Kopi Janji Jiwa (Studi pada Pelanggan Kopi Janji Jiwa di Purwokerto). Diss. Universitas Jenderal Soedirman, 2021.
- Yoana Arina Pramudita (2013). Analisa Pengaruh Customer Value Dan Customer experience Terhadap Customer Satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya, || *Jurnal Strategi Pemasaran 1*, no. 1 (2013).
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2002). *Service marketing: Integrating customer focus across the firm*. New York, NY: McGraw-Hill.