

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M., Kurdi, M., & Anwar, S. (2021). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Amanda Cafe Di Era Revolusi Industri 4.0. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 2(1), 32–37. <https://doi.org/10.24929/missy.v2i1.1447> hj diakses pada 02 Februari 2024.
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada, Bandung*.
- Andrian, M. F., Indayani, L., & Yani, M. (2024). Analisis kualitas produk, variasi produk, dan suasana toko terhadap minat beli ulang pada konsumen Mie Gacoan Krian Sidoarjo. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 4621–4638.
- Akmalia, M. N., & Putri, K. A. S. (2024). Peran kepuasan sebagai variabel intervening pada kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen Kedai Jukung Bali. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 6(1), 147-157. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i1.7180> diakses pada 10 Maret 2024.
- Bustami, B., & Pramadani, K. (2024, Desember). Analisis Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bengkalis. Dalam Seminar Nasional Industri dan Teknologi (hlm. 359-369).
- Elva Syavita, F., & Hanif, M. (2023). Pengaruh Strategi Marketing & Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food di Indonesia: Hit and Run or Sustainable Business. *Technomedia Journal*, 8(2SP), 205–220. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2sp.2017> diakses pada 28 Maret 2024.
- Handayani. (2024). *Populasi dan Sampel Penelitian Kualitatif dalam Konteks Sosial Humaniora*. 251. Balikpapan, 76126, Kalimantan Timur, Indonesia.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 40–52. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i1.1282> diakses pada 28 Maret 2024.
- Lazuardi Putri, E. H., Sulhaini, S., & Herman Mulyono, L. E. (2023). Pengaruh Brand Experience, Cita Rasa, Dan Variasi Menu Terhadap Minat Beli

- Ulang Di Kedai Serabi Bandung. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 12(3), 319–331. <https://doi.org/10.29303/jmm.v12i3.792> diakses pada 27 Maret 2024.
- Lennie, I. (2019). Managing Management. *Beyond Management*, 43–57. <https://doi.org/10.4135/9781446218952.n3> diakses pada 27 Maret 2024.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374> diakses pada 24 Februari 2024.
- Munandar, J. M., Widyastuti, H., Zahra, N., & Handayani, N. (2023). Peningkatan Pengetahuan Pemasaran UMKM melalui Pelatihan Perbaikan Kemasan dan Penjualan di Marketplace di Desa Cibadak, Kecamatan Ciampea, Bogor. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 404–412. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.9.3.404-412> diakses pada 27 Februari 2024.
- Nirmalisa, N., Ponirin, P., Syarifuddin, U., & Evrianti, H. (2025). Peran perilaku perpindahan merek dalam memoderasi hubungan persepsi harga, varian menu dan kualitas produk terhadap minat beli ulang minuman Yotta di Kota Palu. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 8(1), 81–93. <https://doi.org/10.32500/jematech.v8i1.8817> diakses pada 16 Maret 2024.
- Nurulliyannah, N., Iskandar, K., Setiadi, R., & Undartik, S. (2022). Manajemen Usaha dan Strategi Pemasaran melalui Peningkatan Citra Produk Usaha Warung Seblak Ibu Aenun (Studi Kasus Desa Cikuya). *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 3(01), 48–55. <https://doi.org/10.46772/jamu.v3i01.837> diakses pada 23 Maret 2024.
- Pokhrel, S. (2024). Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Minolok Coffe Meet Dan Eatery. *Αγαη*, 15(1), 37–48.
- Restiana Suriadi, P., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence of Product Variations, Brand Image and Word of Mouth on Repurchase Interest in Thirsty Drinks at Sentosa Depok Outlets. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 138–150. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i1.800> diakses pada 21 Februari 2024.
- Rijal, S., Mubyl, M., & Mariah, M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Produk Pada Perusahaan Dedaku Food and Drink Kab. Bulukumba. *Nobel Management Review*, 3(4), 714–724. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i4.3464> diakses pada 27 Maret 2024.

- Rinandiyana, L. R., Kurniawati, A., & Kurniawan, D. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oleh Generasi Milenial Pada Industri Kuliner Di Kota Tasikmalaya*. 3(Mei), 18–27. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem/article/view/322> diakses pada 11 Mei 2024.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231> diakses pada 16 Mei 2024.
- Salsabila, N. K. (2023). The effect of product quality and service quality on consumer repurchase intention of Alami Restaurant & Catering Service with customer satisfaction as an intervening variable. *International Journal of Review Management, Business, and Entrepreneurship (RMBE)*, 3 (1), 30–51.
- Sugiyono. (2018). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Keamanan, dan Presepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Melalui Instagram. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(11), 1–21.
- Sugiyono dan Thabron. (2022). Metode Penelitian: Pengertian & Jenis menurut Para Ahli, <https://serupa.id/metode-penelitian/>, diakses pada 09 Mei 2023.
- Sugiyono. (2019). Teknik Pengumpulan Data, <https://digilib.sttkd.ac.id>, diakses pada 16 Mei 2024.
- Sugiyono. (2020). BAB III Metode Penelitian, <http://repository.unpas.ac.id>, diakses pada 09 Mei 2024.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian, <http://repository.unpas.ac.id>, diakses pada 16 Mei 2024.
- Wicaksono, A., & Setiawan, P. Y. (2024). The effect of product quality and service quality on repurchase intentions through customer satisfaction as a mediator. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 7 (1), 95–106.