

DAFTAR PUSTAKA

- Alfirahmi. (2019). FENOMENA KOPI KEKINIAN DI ERA 4.0 DITINJAU DARI MARKETING 4.0 DAN TEORI USES AND EFFECT. *Lugas Jurnal Komunikasi*.
- Ali Hasan. (2018). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Media Pressdindo.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Aprilia, N. R. (2021). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DI MASA PANDEMI COVID-19 Studi Pada Konsumen OKUI Kopi 3.0 Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-19.
- Azmar dan Laksamana. (2018). Pengaruh social media promotion dan electronic word of mouth terhadap keputusan pemilihan pada perguruan tinggi. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi, [S.l.]*, v. 2, n. 2, p. 123-136, july 2018 .
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 14-34.
- Bahar, Alfiani; Sjahrudin, Herman. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 14-15.
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SOSMED CAFE ABDULLAH LUBIS MEDAN. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JMB)*.
- Buchori, A. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Budi Susanto dan Puji Astutik. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Sebagai Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *RISK Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Chang, N., & Fong,. (2010). Green product quality, green corporate mage, green customer satisfaction, and green customer loyalty,. *Journal of American Academy of Business*.
- Clara Silvina Barus, Donalson Silalahi. (2021). PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SOSMED CAFE ABDULLAH LUBIS MEDAN. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JMB)* .
- Ekasari, N. (2014). pengaruh promosi berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian produk jasa pembiayaan endaraan pada PT. BFI Finance Jambi. *. urusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi*.
- Ekasari, Novita. (2020). PENGARUH PROMOSI BERBASIS SOSIA MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JASA PEMBIAYAAN KENDARAAN PADA PT. BFI FINANCE JAMBI.
- Essinger, J., & Wylie, H. (2003). *Customer Loyalty Devising succesfull strategies in food and drink*.

- Faedah, N. (2021). Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Lea Pada Showroom Lea Di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Fanadya, H., & Budiyanto. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINUMAN SUWEGER. *Jurna Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Fandy Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Fatmawati, N. (2021, November 2). www.djkn.kemenkeu.go.id. Retrieved from Pengaruh Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Masyarakat.
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG DIWARUNG KOPI KLOTOK, KALIURANG, YOGYAKARTA. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 35-54.
- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harfania, F. (2018). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, EXPERIENTIAL MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI KASUS PADA RESTORAN AYAM GEPREK SAI YOGYAKARTA. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 581-891.
- Howard, J., & Jagdish, N. (2014). *Consumer Behavior and Marketing*. Boston: Irwin / Mc Graw Hill.
- Kotler & Armstrong. (2014). *Principles Of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler and Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, G. A. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2016). *Marketing 4.0 Moving From Traditional To Digital*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Kevin K. (2013). *Marketing Management*. Person education.
- Laela, E. (2021). KUALITAS MAKANAN, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA RUMAH MAKAN CIGANEA PURWAKARTA. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 180-186.
- Mulyana, P. N. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 2 No. 2, 2014*.
- Nasrullah, R. (2021, April 27). senikomunikasi.com. Retrieved from Pengertian Media Sosial dan Jenis-Jenisnya: <https://senikomunikasi.com/pengertian-media-sosial-dan-jenis-jenisnya/>
- Prasetyo, T., & Bodroastuti, T. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen (Studi pada Toko Oli Lancar Widodo Semarang).
- Prasetyo, W. B. (2020, Februari 21). www.beritasatu.com. Retrieved from 2020 Kedai Kopi Diprediksi Tumbuh 15%:

<https://www.beritasatu.com/ekonomi/601687/2020-kedai-kopi-diprediksi-tumbuh-15>

- Prawira, Y., Butarbutar, M., Sherly, & Nainggolan, L. E. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Persepsi Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Café Coffee Time And Seafood Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen*, 48-60.
- Riduansah. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SHOP (STUDI MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN INDONESIA SAMARINDA). *Jurnal Riset Inossa*.
- Santoso, A. P. (2017). Pengaruh konten post Instagram terhadap online Engagement. Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita”. *Jurnal Institusi Teknologi Sepuluh November.Vivek*.
- Sari dan Siregar. (2019). Pengaruh Food Quality, Price, Service Quality dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty pada Restoran Aneka Rasa Jambi dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 4(2), Oktober 2019, pp.368-374.
- Sari, A. E. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan. *Jurnal sains pemasaran Indonesia*.
- Sari, R. M. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PELANGGAN PRODUK SPREI RISE. *JIMEA (Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*.
- Siregar, I. P., & Natalia, E. (2018). PENGARUH MEREK DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DVD PLAYER ELECOR PADA PT. CAKRAWALA ELECORINDO MEDAN. *Niagawan*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Sebagai Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *RISK Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Weenas, J. R. (2013). KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA. *Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 607-618*.
- Yolandari, N. D., & Kusumadewi, W. N. (2020). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELI ULANG SECARA ONLINE MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Situs Online Berrybenka.com).