

## DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, Y., Arief, M. Y., & Fandiyanto, R. (2022). PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PRODUK DALAM MENENTUKAN MINAT BELI ULANG PADA TOKO INAYAH STORE DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(5), 1052-1069.  
<https://unars.ac.id/ojs/index.php/jme/article/view/2148>
- Ajijah, J. H., & Selvi, E. (2021). Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa.  
*Jurnal Manajemen*, 13(2), 232-236.
- Alfaridzi, F. G. M. (2021). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA KOPI TITIK KOMA RAWAMANGUN) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).  
<http://repository.stei.ac.id/4125/>
- AMELIA, Y. (2020). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Velly Kosmetik (Doctoral dissertation, POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA).  
<http://eprints.polsri.ac.id/9616/>
- AVIVI, D. A. N. Pengaruh Desain Produk, Brand Image, Harga dan Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Setelah Pembelian Produk Distro 3second Di Jember (Doctoral dissertation).  
<https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/93673>
- Dharma, B., Wijoyo, H., & Anjayani, N. S. (2020). Pengaruh Pendidikan Sekolah Minggu Buddha terhadap Perkembangan Fisik-Motorik Peserta Didik Kelas Sati di Sariputta Buddhist Studies. *Jurnal Ilmu Agama Dan Pendidikan Agama Buddha*, 2(2), 71-82.

<https://www.journalstabdharmawidya.ac.id/index.php/contents/article/view/16>

Faulia, F., Herfianti, M., & Prawitasari, A. (2021). The Influence of the Atmosphere and the Location on Consumer Buying Interest in Kampung Kecil Restaurant of Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(4), 435-442.

<https://penerbitadm.com/index.php/JURNALEMAK/article/view/189>

Fazli, M. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Minat Pengguna Jasa Pengiriman JNE pada Desa Sei Apung Kabupaten Asahan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).

<https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/19031>

Ghozali, I. (2016). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9*. 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 Sa'I Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(6), 581-591.

<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/jmbi/article/view/13268>

Herawati, H., & Muslikah, M. (2019). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Kinerja*, 2(01), 17-35.

<https://uia.e-journal.id/Kinerja/article/download/794/447>

Hidayah, D. (2020, March). Influence of Price, Product Quality, Location, Brand Image, and Word of Mouth on Purchasing Decisions at Bacarito Padang Cafe with Buy Interest as a Moderation Variable. In *4th Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2019)* (pp. 710-716). Atlantis Press.

<https://www.atlantis-press.com/proceedings/piceeba-2-19/125935713>

- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh label halal, kesadaran halal dan bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100-114.  
[http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN\\_IPTEKS/article/view/1886/0](http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/1886/0)
- Kurniasari, M. P., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh profitabilitas rasio aktivitas dan leverage terhadap nilai perusahaan manufaktur di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(8).  
[jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id](http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id)
- Mayned, T. (2022). Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Di Alfamart Gatot Subroto Lumajang.  
<http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1885/>
- Panjaitan, J. H., Manik, P. C., & Ritonga, R. R. (2022). The Influence of Price, Promotion, and Service Quality on Buying Interest at Bloum's Cafe & Resto Medan. *International Journal of Comparative Accounting And Management Science (IJCAMS)*, 1(2), 72-81.  
<https://ijcams.sbm.or.id/index.php/ams/article/view/11>
- Pratama, E. P. (2023). PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus: KFC Cabang Lippo Mall Kramat Jati) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).  
<http://repository.stei.ac.id/10059/>
- Puspitasari, A. (2020). PENGARUH VARIASI MENU, CITA RASA DAN LOKASI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi pada Kedai Kopi Yo, Jakarta Timur) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).  
<http://repository.stei.ac.id/1634/2/BAB%202.pdf>
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(5), 594-603.

<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/348>

Ramdani, E. P., Farida, E., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Equal Cafe. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(02).

<http://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/16606>

Ratnasari, I. (2019). Pengaruh Customer Experience, Promosi Penjualan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Milkbar Cafe Gombang Kebumen. Jurusan Manajemen STIE Putra Bangsa Kebumen.

<http://lib.universitaspurabangsa.ac.id/repository/155502076.pdf>

Rayuwati, R., Yustisar, M., Gemasih, H., & Eliyin, E. (2022). The Influence of Price, Store Atmosphere and Food Product Quality on Buying Interest at Tootor Coffee Takengon. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(4), 1129-1143.

<https://ijstm.inarah.co.id/index.php/ijstm/article/view/580>

ROMAULI, B. E. (2021). Pengaruh Omni Channel Integration Quality Terhadap Minat Beli Kembali Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Di PT Pegadaian (Persero) Medan.

<http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/5569>

Saepuloh, I., & Permata, W. I. (2023). Peranan Kualitas Layanan dan Harga Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT. Balina Agung Perkasa. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3221-3231.

<https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/reslaj/article/view/3818>

Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The effect of halal certification and halal awareness through interest in decisions on buying halal food products. *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65-79.

<https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JIEc/article/view/5515>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Usman, O., & Dyanti, N. S. (2020). The Influence of Price, Promotion, and Word of Mouth On Buying Interest. Promotion, and Word of Mouth On Buying Interest (June 30, 2020).  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3638868](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3638868)
- Ustanti, M., Inayah, N., & Yahya, U. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Membeli Pada Produk Makanan Di Toko “Rizquna” Blokagung Karangdoro Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 3(1), 121-139.  
<http://ejournal.iaida.ac.id/index.php/JESDar/article/view/1659>
- Wahyudin, G. K. Z., & Lutfie, H. (2017). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Value Terhadap Customer Satisfaction (studi Pada Cafe What's Up Di Depok 2017). *eProceedings of Applied Science*, 3(2).  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/3887>
- WALKHOIR, L. R., & Aliyah, K. N. (2023). PENGARUH LIFESTYLE, SUBJECTIVE NORM, DAN HALAL AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN BERSERTIFIKAT HALAL PADA GENERASI Z DI SURAKARTA (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).  
[http://eprints.iainsurakarta.ac.id/6639/1/Lailatur%20Rohmah%20Walkhoir\\_195211252\\_Skripsi.pdf](http://eprints.iainsurakarta.ac.id/6639/1/Lailatur%20Rohmah%20Walkhoir_195211252_Skripsi.pdf)
- YOHAN, S. (2023). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA PRODUK BRITAMA TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI KANTOR KAS BRI UNIVERSITAS MERDEKA MALANG (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).  
<http://repository.stei.ac.id/9913/>
- Yulian, A. A. (2021). Analisa Kinerja Bisnis Coffee Shop Sinopsis Creative Untuk Pelaku Kreatif Menggunakan Business Model Canvas (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).  
<https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5235/>