

Daftar Pustaka

- Alwi, I. (2015). Kriteria Empirik dalam Menentukan Ukuran Sampel pada Pengujian Hipotesis Statistika dan Analisis Butir. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 2(2), 140–148. <https://doi.org/10.30998/formatif.v2i2.95>
- Aryadhe, T., Suryani, A., & Sudiksa, I. B. (2018). Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli dan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1452–1480.
- Athoillah, M., Pramesti, W., & Mustikawati, E. (2020). Pelatihan Analisa Statistika Deskriptif Data Kependudukan dengan Menggunakan Microsoft Excel di Desa Gedangan Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 16–21.
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Setiyawati, N., Pratiwi, A. I., & Saputri, V. G. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. 1–153. www.freepik.com
- Faradisa, I., Budi, L., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeeshop Semarang (ICOS CAFÉ). *Journal of Management*, 2(2), 1–13.
- Febrian Krismonanda, I. (2021). *Pengaruh Variasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Susu Setia Di Tenggara*. 21, 36–48.
- Fendya, W. T., & Wibawa, S. C. (2018). Pengembangan Sistem Kuesioner Daring dengan Metode Weight Product Untuk Mengetahui Kepuasan Pendidikan Komputer Pada Lpk Cyber Computer. *It-Edu*, 3(01), 48. https://kebudayaan.denpasarkota.go.id/uploads/download/download_193006110602_E-Book.pdf
- Florensia Stephanus, C. S. (2020). *Faktor-faktor yang Mendorong Generasi Y dalam Mengadopsi Inovasi Minuman Teh*. 1(1), 2374–2376.
- Gersom Hendarsono, S. S. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–8. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/524>
- Hanum, A., & Meilinda, A. (2019). Studi Karakterisasi Bersahabat/Komunikatif pada Siswa SMPN 18 Kota Jambi. *Publikasi Pendidikan*, 9(2), 147. <https://doi.org/10.26858/publikan.v9i2.9016>
- Husain, B. A. (2018). Pengaruh Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan pada Pt. Bank Danamon, Tbk. Cabang Bandung. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 1(4), 276. <https://doi.org/10.32493/jee.v1i4.10709>
- Ilyas, M. (2018). Pengetahuan Dasar Ibu-Ibu Rumah Tangga Terhadap Penyalahgunaan Formalin untuk Pengawetan Makanan. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 3(2).
- Islamy, I. (2019). Penelitian Survei dalam Pembelajaran dan Pengajaran Bahasa Inggris. *Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 19, 709–715. https://doi.org/10.20595/jjbf.19.0_3
- Lazwardi, D. (2017). Implementasi Evaluasi Program Pendidikan di Tingkat Sekolah Dasar



- Mangoting, Y., & Wanarta, F. E. (2014). Pengaruh Sikap Ketidakpatuhan Pajak, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku yang dipersepsikan terhadap Niat Wajib Pajak Orang untuk Melakukan Penggelapan Pajak. *Tax & Accounting Review*, 4(1), 1–13.
- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). *Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung)*. 4(2), 62–69.
- Mas'ud, A. A., Rombe, E., & Nainggolan, E. P. (2018). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Perilaku Pembelian Ulang Konsumen pada Café Dan Resto Bangi Kopitiam di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 4(1), 71–80. <https://doi.org/10.22487/jimut.v4i1.107>
- Mihartinah, D., & Coryanata, I. (2019). Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Niat Mahasiswa Akuntansi untuk Mengambil Sertifikasi Chartered Accountant. *Jurnal Akuntansi*, 8(2), 77–88. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.8.2.77-88>
- Murti, N. W. W. (2012). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone*. 8(2), 47–62.
- Nezly Nurlia Putri, Barkah Alkhaliq, A. C. K. (2022). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli ulang konsumen gerai es teh indonesia di kota serang* *Teknologi, Jurnal Dan, Pangan Perkebunan, Agroindustri*. 127–133.
- Prasastyo, S. P. K. W. (2017). *Pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap niat untuk membeli apartemen di dki jakarta*. 19(1), 249–255.
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(4), 1–8. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43–56.
- Purnama, A., & Sailah, I. (2017). Peningkatan Tingkat Kepuasan Dosen Terhadap Kualitas Pelayanan Pelatihan Jurnal Berkualitasmelalui Metode Servqual. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 418. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i3.260>
- Rb, L. D., Ingkadijaya, R., & Angelina, S. C. (2021). Pengaruh citra merek dan harga terhadap minat beli di Koi Thé Mall Central Park Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 213–222.
- Rohaeni, Heni. Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Development*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>
- Roring, E. S. M. S. B. L. F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2230–2239.
- Sari, D. P., Febriani, O. M., & Putra, A. S. (2018). *Perancangan Sistem Informasi SDM Berprestasi pada SD Global Surya*. 289–294.
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi



- Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 4043. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i12.p01>
- Sipayung, I. C. H. (2017). *Pengaruh Agreeableness, Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan Terhadap Intensi Organizational Citizenship Behavior*. 1(1), 72–81.
- Sumartini, Harahap, K. S., & Sthevany. (2020). Kajian Pengendalian Mutu Produk Tuna Loin Precooked Frozen Di Perusahaan Pembekuan Tuna X. *Aurelia Journal*, 2(1), 29–38.
- Suryajaya, H. B. A., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2015). Proses Inovasi Minuman Kopi pada Kafe Monopole. *Agora*, 3(1), 343–352.
- Suryana, P. (2013). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang*. 12(2).
- Tumanggor, R., & Wiyanto, W. (2021). Analisis Evaluasi Keberhasilan Inovasi Sistem Aplikasi By Data pada UKM Minuman Kekinian di Kota Tangerang Selatan (Studi Kasus Minuman "Ngombe"). *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 4(1), 34–44. <https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.146>
- ulumuddin, Dimas irawan ihya. sulistiyawati, P. (2021). *Analisis Pengalaman Pengguna pada Website Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Dian Nuswantoro*. 7(1), 6.
- Wardani, E. S. K. (2021). *Determinasi Strategi Persaingan Bisnis Dengan Pendekatan Analisis SWOT pada Usaha Minuman Kekinian (Studi Kasus Pada Cinderella Cafe)*. 1(11), 9–22.
- Wicaksono, A. (2018). Strategi Pemasaran dengan menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri pada PT X Di Jakarta *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*. *Jurnal.Fk.Unand.Ac.Id*, 1(2), 192–201. <http://jurnal.poltekapp.ac.id/>
- Wikamorys, D. A. . T. N. R. (2017). *Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam Membangkitkan Niat Pasien untuk Melakukan Operasi Katarak*. 93(I), 259.
- Yanti Febrini, I., Widowati PA, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35–54. <https://doi.org/10.18196/mb.10167>
- Yulianti, Y., & Deliana, Y. (2018). Gaya Hidup Kaitannya dengan Keputusan Konsumen dalam Membeli Minuman Kopi. *Jurnal AGRISEP*, 17(1), 39–50. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.17.1.39-50>
- Zaenal Arifin. (2017). Kriteria Instrumen dalam Suatu Penelitian. *Jurnal THEOREMS (The Original Research of Mathematics)*, 2(1), 28–36.