

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I. (2015). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya*.
- Asmara, D. (2022). Keandalan Dalam Memberikan Pelayanan Restaurant Terhadap Revisit Guest Studi Pada Food And Beverage Service Di Narendra Restaurant. *Jbe*, 7(1), 71–78. [Http://Www.Itbsemarang.Ac.Id/Sijies/Index.Php/Jbe33](http://Www.Itbsemarang.Ac.Id/Sijies/Index.Php/Jbe33)
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Penduduk, Laju Pertumbuhan Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk, Kepadatan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Kecamatan Di Kabupaten Bekasi 2021-2023*. Badan Pusat Statistik.
- Bintarti, S., & Kurniawan, E. N. (2017). A Study Of Revisit Intention: Experiential Quality And Image Of Muara Beting Tourism Site In Bekasi District. In *European Research Studies Journal: Vol. Xx*.
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). In *Diponegoro Journal Of Management* (Vol. 1, Issue 2). Halaman. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Djom](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Djom)
- Ghazali, I. (2021). *Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0*. Univeristas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Desain Penelitian*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Untuk Akuntansi, Bisnis, Dan Ilmu Sosial Lainnya*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 (Edisi 2). In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program Smart Pls 3.0*.
- Hadi Prasetyo, A., Lukiastruti, F., & Magister Manajemen Stie Bank Bpd Jateng, P. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Ahass Comal Abadi Motor). *Jurnal Magisma*, X(No. 2).
- Hermanto, K., & Cahyadi, I. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Fast Food Ayam Goreng Tepung Di Kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya*. Www.Bisnis.Tempo.Co,
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. P. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik

- Pekalongan). In *Journal Of Economic, Business And Engineering* (Vol. 1, Issue 1).
- Kadek, N., & Riyanti, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Di Villa Rendezvous Bali. In *Widya Amerta Jurnal Manajemen Fak. Ekonomi* (Vol. 7, Issue 1).
- Kementrian Perindustrian. (2019). *Industri Pengolahan Kopi Semakin Prospektif*. <https://kemenperin.go.id/artikel/21117/industri-pengolahan-kopi-semakin-prospektif>
- Kotler, P., & Kevin L. Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran, Diterjemahkan Oleh Bob Sabran, Edisi Ke-13, Jilid 1* (Vol. 1). Erlangga.
- Likert, R. (1932). A Technique For The Measurement Of Attitudes. *Archives Of Psychology*.
- Mahmudah, C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Berwisata Dan Implikasinya Terhadap Keinginan Untuk Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Pantai Gemah Tulungagung (Studi Pada Mahasiswa Stkip PGRI Tulungagung). *Indonesian Journal Of Strategic Management*, 2(2). <https://doi.org/10.25134/ijsm.v2i2.1970>
- Mega Puspita, C., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. Ix*.
- Nyoman, N., Wiratini, A., Setiawina, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Badung* (Vol. 7, Issue 1).
- Pambudi, N. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Dan Kepercayaanpasien Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pasien Rawat Inap Di Rsu Permata Medika Kebumen)* Kebumen.
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, & Iwan Setiawan. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Rachmawati, A. (2020). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Rahesa Wijaya, Y., & Tjahjaningsih, E. (2022). *Analisis Faktor Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Niat Beli Ulang* (Vol. 15, Issue 3). <http://journal.stekom.ac.id/index.php/e-bisnis>■Page201
- Rahmawati, N., Adi Permadi, L., & Handayani Rinuastuti, B. (2021). The Influence Of Attraction, Location, And Service Quality On Revisit Intention To Sesaot

Rural Tourism. *Jmm Unram*, 10(1a), 43–57.
<https://doi.org/10.29303/Jmm.V10i1>

Rizan, M., Saidani, B., & Anggraeni, R. (2022). *Pengaruh Perceived Value Dan Promotion Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Sebagai Intervening* (Vol. 3, Issue 1).

Saragih, Mm., B. (2020). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Perumahan The Anggana Pt Adhi Persada Property Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2).
<https://doi.org/10.35137/Jmbk.V8i2.420>

Top Brand Index. (2022). *Subkategori-Kedai-Kopi*. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?Id_Award=1&Id_Kategori=2&Id_Subkategori=730&Tahun_Awal=2019&Tahun_Akhir=2023&Brand1=Fore&Brand2=Janji%20jiwa&Brand3=Kenangan&Brand4=Kulo