

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, A. R. R., & Haryono, T. (2022). *The Effect Of Experiential Marketing On Repurchase Intention With Customer Satisfaction Mediation And Reputable Brand At Self Cooking Restaurant. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1). 553-560.
- Anjani, A. P. (2021). *Analysis of Product Variation and Service Quality on Repurchase Intention Mediated by Customer Satisfaction. International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 295–309.
- Ariyono, K. Y., Irdiana, S., & Khairullah, M. N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(2). 53-61.
- Atmaja, N. P. C. D., Puspita, N. M. D. (2019). *Strength of Reference Groups to Moderate Online Repurchase Intention on Generation X. International Journal of Applied Business & International Management*, 4(2). 25-32.
- Dewa, C. B., Praditiningtyas, D., & Safitri, L. A. (2022). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Expert. Yogyakarta.
- Drummond, L., & Brefere, L. (2010). *The Sensory Evaluation of Food Principles and Practices* (2nd ed). Springer. New York.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Praktis untuk Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory*. Yoga Pratama. Semarang.
- Handayani, S., & Fauzi, U. R., (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, Variasi Menu, Cita Rasa, Halal Awareness Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Restoran Mie Gacoan Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 5, 1–16.

- Hidayat, Z., Novia, E., Lestari, F., Budiwati, H., Widya, S. (2019). Pengaruh Variasi Produk dan Servicespace terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken di Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 2(1), 16–19.
- Kadin.id. (2023). *UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management*. Pearson Education. London.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang. In *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e*. Vol. 2, Issue 3.
- Liantifa, M., Lestari, A. A., Lahesa, V. A. (2023). *Kualitas Produk, People Dan Kelompok Rujukan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Mery Beauty Studio Kota Sungai Penuh*. (JES) *Jurnal Ekonomi Sakti*. 12(2), 198-209.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mailoor, R. D., Massie, J. D. D., Tawas, H. N., (2021). *Repurchase Intention Melalui Kepuasan Konsumen Mobil Wuling Pada Pt Kumala Cemerlang Abadi Wuling Motors Tomohon*. (JEMS) *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*. 9(3), 1644–1654.
- Melda, M., Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. (JEMS) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2). 143-149.
- Munir, M., & Putri, A. F. W. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi, Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Ulang Air Minum Dalam Kemasan Merek Cleo di Surabaya. *ARBITRASE: Journal of Economics and*

Accounting, 2(3), 88–93.

Noor, J. (2011). *Metodologi penelitian: Strategi dan Teknik*. Kencana Prenada Grup. Jakarta.

Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Media Nusa Creative. Malang.

Olson, J. C., & Peter, J. P. (2016). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (10th ed.). McGraw-Hill Education. New York.

Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Ayzan Mitra Media. Yogyakarta.

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Widya Gama Press. Lumajang.

Pratama, R. A., Sholihin, U., & Akbar, T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan (Studi Kasus Pada Nongkaski *Coffee and Eatery*). *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 24-34.

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Cv. Setia Pustaka. Bandung.

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Cv. Alfabeta. Bandung.

Putra, C. I. R. (2022). Analisis Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Ndalem Simbah Gondang Nganjuk. Skripsi. Universitas Nusantara PGRI Kediri. Kediri.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif: Penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Salim, N., Ita, P., & Badar, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kedai Hamba Coffe. *Jurnal Satyagraha*, 2(7), 263-270.
- Sani, F. S., & Muhyi, H. A. (2023). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Blankenheim). *Jurnal Ekonomi Efektif*, 5(4), 774-786.
- Schiffman, L., Kanuk, L. (2010). *Consumer Behavior*. Pearson Pretince Hall. London.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Costumers to Sense, Feel, Think, Act and Relate*. The Free Press. New York.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Prenadamedia Grup. Jakarta.
- Sinambela, E. A., Arifin, S., Putra, A. R., Rahman, A., & Faisal, M. (2022). The Influence of Lifestyle, Reference Groups, and Country of Origin on Repurchasing Intentions for Marlboro Cigarettes. *Journal of Marketing and Business Research*, 2(2), 2807–9175.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson. London.
- Sugeng, W. (2022). *Metodologi Penelitian untuk Ilmu Sosial dan Bisnis*. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tae, B. E., & Bessie, J. L. D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Membeli Ulang (*Repurchase Intention*) (Survei

Pada Pelanggan The Kings Resto Kupang). *Transformatif*, 10(1), 27-45.

Tirtapavitra, D. (2022). *Tercatat 39 Ribu Pelaku UMKM Di Lumajang Didominasi Usaha Kuliner*. Visitlumajang.Com. <https://www.visitlumajang.com/tercatat-39-ribu-pelaku-umkm-di-lumajang-didominasi-usaha-kuliner/3482>

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.

Wardani, Y. K. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Konsumen Brownies Cinta Di Wilayah Solo Raya)*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta.

Wibowo, A. F., & Riyadi, E. S. H. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Prestise, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang). *Prosiding: Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*.

Widodo. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. PT. RajaGrafindo Persada. Depok.

Widyastuti, N. R., Lestari, W, D. (2024). Pengaruh Harga, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Restoran Bakso Kadipolo di Surakarta. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 110–126.

Wulandari, S., & Susanto. (2020). *Kebersihan Mempertahankan Warung Makan Prasmanan Mbah San*. Majalah Ilmiah Solusi, 18 No. 1, 16

Yulina, H., & Pratiwi, A. (2024). Variasi Produk, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang, Janji Jiwa Karanganyar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 393–404.

Yusuf, M. (2019). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Grup. Jakarta.