

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, M. F., & Sigarlaki, F. F. (2025). Pengaruh Brand Awareness Dan *Perceived quality* Terhadap *Repurchase intention* Pada Konsumen Mie Instan Cup Pop Mie Di Kota Bandung. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(3), 3322–3333. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V14i3.1727>
- Afif, M., & Krisdianto, K. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Sari Jaya Kharisma Abadi Di Jombang. *Jamin : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 59. <https://doi.org/10.47201/Jamin.V3i1.64>
- Amalia, R. N., Dianingati, Ragil Setia, & Annisaa, E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi. *Generics : Journal Of Research In Pharmacy*, 2(1), 9–15.
- Andi, A., Suyono, S., Sudarno, S., Panjaitan, H. P., & Syahriza, D. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Salon Orchid Cabang Sukajadi Pekanbaru. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 344–360. <https://doi.org/10.35145/Procuratio.V11i3.4112>
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2409>
- Aquinia, A., Soliha, E., Liana, L., & Wahyudi, D. (2021). The Role Of *Perceived quality* And Brand Loyalty Influencing *Repurchase intention*. *Roceedings Of The 3rd International Conference Of Banking, Accounting, Management And Economics*, 169(Icobame 2020), 381–384.
- Ardianto, Y., Supriadi Thalib, & Dian Riskarini. (2021). Analisis *Repurchase intention* Melalui Customer Satisfaction Dilihat Dari Experiential Marketing Dan Servicescape. *Jrb-Jurnal Riset Bisnis*, 4(2), 155–172. <https://doi.org/10.35814/Jrb.V4i2.1724>
- Arifin, M. Z., Rosyidah, I. M., & Bisari, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Marketing Mix 7p

- Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Cv. Karya Apik Man 3 Jombang). 03(02).*
- Ashardiono, F., & Trihartono, A. (2024). Optimizing The Potential Of Indonesian Coffee: A Dual Market Approach. *Cogent Social Sciences*, 10(1).  
<https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2340206>
- Chandrawati, A. A., & Vidyanata, D. (2022). Pengaruh *Perceived quality* Dan *Perceived Value Of Cost* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Fresh.Co. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 19(1), 49–68.  
<https://doi.org/10.29259/Jmbt.V19i1.17758>
- Delviana, A. S., Sarwoko, E., & Hidayat, C. W. (2023). Peran Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ulang: Citra Merek Sebagai Mediasi. *Mbr (Management And Business Review)*, 7(1), 133–141. <https://doi.org/10.21067/Mbr.V7i1.8543>
- Devi, S. P., Mahardhika, E. H., Rahayu, W. P., & Winarto, A. (2025). Marketing Mix Dan Kewirausahaan Universitas Negeri Malang , Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (Ebismen)*, 4(1), 56–76.
- Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus Cv. Gehu Extra Pedas Chili Hot). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), 5–23.
- Dewi, Prihatini, A. E., & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ilmu Adminitrasi Bisnis*, 12(1), 246–254.
- Dwi Mayasari, R., Muawanah, R., Syariah, P., Ekonomi, F., Islam, B., Kiai, U., Achmad, H., & Jember, S. (2024). Analisis Marketing Mix Terhadap Produk Tadyra (Tabungan Ady Hari Raya) Di Bpr Ady Jember Cabang Rambipuji. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 1(4), 979–984. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jakbs/index>
- Eldon, M., & Rahmawati, D. (2023). Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Swalayan It Mart Unita). *Business, Entrepreneurship, And Management Journal*, 2(1), 46–54.  
<https://doi.org/10.36563/Bemj.V2i1.789>

- Hamizar, A. (2023). Komparasi Efektivitas Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima Pasar Tradisional. *Advantage: Journal Of Management And Business*, 1(2), 39–48. <https://doi.org/10.61971/Advantage.V1i2.17>
- Han, X., Li, Z., Chen, H., Yu, M., & Shi, Y. (2025). Structural Equation Model In Landscape Performance Research: Dimensions, Methodologies, And Recommendations. *Land*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/Land14030646>
- Hardianti, D., Malia, R., & Nurkamil, Y. (2025). Pengaruh Bauran Pemasaran 7p (*Product, Price, Place, Promotion, Process, People, Physical Evidance*) Terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata Taman Bunga Nusantara. *Agrita (Agri)*, 7(1), 22. <https://doi.org/10.35194/Agri.V7i1.5155>
- Harsono, S., & Imran, B. (2025). *Pendekatan Structural Equation Modeling Untuk Penelitian Kuantitatif Teori, Metodologi Dan Aplikasi*.
- Haryono, S. (2016). Metode Sem Untuk Penelitian Manajemen Dengan Amos Lisrel Pls. In *Pt. Intermedia Personalia Utama*.
- Hidayat, R., & Wulandari, P. (2022). Open Access Indonesia Journal Of Social Sciences Structural Equation Modelling (Sem) In Research : Narrative Literature Review. *Open Access Indonesia Journal Of Social Sciences*, 5(6), 852–858.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). Metode Penelitian. In *Cv.Eureka Media Aksara*.
- Jariyah, N. A., Maya, H., Sari, K., & Sukmono, R. A. (2024). Influence Of *People, Price Perception And Physical evidence* On Purchasing Decisions Mixue Prigen Pengaruh *People, Persepsi Harga Dan Physical evidence* Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Prigen. *Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7(2), 3514–3530.
- Jilvalisva, T. D., Said, M. M. Ud, & Zunaida, D. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Hanasui. *Jiagabi*, 14(1), 271–280.
- Junaidi. (2021). Aplikasi Amos Dan Structural Equation Modeling (Sem). In *Upt Unhas Press*.
- Khamainy, A. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Persepsi Kualitas Stba Jia Bekasi. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1).

- Kinkin, P., Manullang, R., & Mulyani, H. T. S. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7p) Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Buku Gramedia Pangkalpinang. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis (Jpmb)*, 10(02), 197–202. [Www.Stie-Ibek.Ac.Id](http://www.stie-ibek.ac.id)
- Kusmawati, S., & Jusuf, D. I. (2026). Pengaruh Bauran Pemasaran ( Marketing Mix 7p ) Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Di Shaddy Cafe Food Court Nimo Highland Pangalengan Sinta. *Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 485–494. [Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.61722/Jemba.V3i1.2101](https://doi.org/10.61722/jemba.v3i1.2101)
- Lestari, R., Astaginy, N., & Stiadi, M. (2023). Online *Promotion And Perceived quality* On Consumer Purchasing Decisions. *Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 41–53. [Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.47861/Sammajiva.V1i4.530](https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i4.530)
- Milah, F., & Sujani. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Word Of Mouth Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Joe Cafe. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Sosial*, 2(3), 93–103.
- Nabila, A., & Agustin, S. (2024). Pengaruh Marketing Mix ( 7p ) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Burger King Merr Surabaya) Ainun Nabila Sasi Agustin. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(1), 1–23.
- Nisa, A., Widhiasti, M. R., & Dewi, E. P. (2022). Indoor To Outdoor: Transformation Of Coffee Shops In Jakarta. *International Journal Of Built Environment And Scientific Research*, 6(1), 17. [Https://Doi.Org/10.24853/Ijbesr.6.1.17-32](https://doi.org/10.24853/ijbesr.6.1.17-32)
- Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Gusmanely. (2023). Analisis Structural Equation Modeling Pendekatan Partial Least Square Pada Kinerja Pegawai Pt. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Indonesian Journal Of Applied Statistics*, 6(6), 125–135.
- Nurhayanty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (*Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical evidence*) 7p Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119–127.
- Nuzula, S. F., Fauza, N., & Shidiqy, D. (2024). Strategi Marketing Mix Klinik Paradise Parisudha Desa Sumberagung Plosoklaten Kediri Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Al-*

*Muraqabah: Journal Of Management And Sharia Business*, 4(1), 104–121.

<https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v4i1.1461>

- Pamungkasih, P. (2023). Penerapan Uji Korelasi Rank Spearman Untuk Untuk Makanan Dan Tingkat Kemiskinan Di Nusa Tenggara Timur Selama Pandemi Covid-19 Penyedia Data Statistik Berkualitas Untuk Indonesia Maju. *Jurnal Statistika Terapan*, 3(2), 1–14.
- Pradana, F. A. Putri, & Mawardi. (2021). Disiplin Menggunakan Skala Likert Dalam Pembelajaran Tematik Kelas Iv Sd. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 5(1), 13–29.  
<https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/fondatia>
- Pramudya, A. R., & Walyoto, S. (2025). Pengaruh Store Atmosphere , Kualitas Pelayanan , Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Di Kedai Kopi Berarti. *Journal Of Economic And Business Research*, 4(1), 149–159.
- Pratiwi, D. N., & Islami, M. C. (2025). Analysis Of Demand For Material Variations Effect On Material Procurement Process Time At Pt Xyz Using The Structural Equation Modeling Method. *Jati Emas (Jurnal Aplikasi Teknik Dan Pengabdian Masyarakat)*, 9(1), 171–176.
- Putlely, Z., Lesnussa, Y. A., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). Structural Equation Modeling (Sem) Untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Keselamatan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Ambon. *Indonesian Journal Of Applied Statistics*, 4(1), 1.  
<https://doi.org/10.13057/ijas.v4i1.45784>
- Putu, S. G. (2024). Menentukan Populasi Dan Sampel; Pendekatan Methodology Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9, 2721–2731.
- Qibtiyana, M., & Ali, H. (2024). Marketing Mix Implementation On Sales Levels. *Dinasti International Journal Of Management Science*, 5(5), 1037–1041.  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Rahayu, W. I., & Shafina, M. R. (2022). Jurnal Teknik Informatika, Vol. 14, No. 3, Bulan 2022. *Jurnal Teknik Informatika, Vol. 14, No. 3, Bulan 2022*, 14(3), 154.
- Rahmadhani, U., Purnomo, D., & Pujiyanto, T. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan

- Brand Awareness Melalui Media Sosial Instagram Pada Startup Trafeeka Coffee. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (Jepa)*, 5(2), 377–389.
- Rizkia, A., Anggraini, T., & Aisyah, S. (2025). Pengaruh Marketing Mix (7p) Terhadap *Repurchase intention* (Minat Beli Ulang) Survei Pada Omad Coffee Di Kota Medan. *Jurnal Nirta : Studi Inovasi*, 5(1), 444–463. <https://ejournal.nlc-education.or.id/>
- Rusmawaati, Y., & Rosyad, S. (2022). Store Atmosphere, E-Wom, Quality Of Service As A Determinant Of Purchase Decisions At Coffee Buyers. *Jmm17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 09(02).
- Rusnovia, & Aryani. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa. *Kraith-Ekonomika*, 7(2).
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). Uji Reabilitas. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439.
- Saputri, S. D., & Priyono, B. (2024). Implementasi Bauran Pemasaran 7p Pada Warung Kelontong Madura Di Kelurahan Perwira Bekasi Utara. *Journal Of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1), 43–50.
- Saputro, M. Yusuf Dwi. (2024). Analisis Kausalitas Komunikasi Tidak Efektif Dalam Proyek Konstruksi Dengan Pendekatan Pls-Sem. *Sistem Infrastruktur Teknik Sipil (Simteks)*, 4(2), 173–191. <https://doi.org/10.32897/simteks.v4i2.3868>
- Savitri, R., & Riska, A. S. (2021). Fenomena Gaya Hidup Kunjungan Ke Toko Kopi: Entertainment Versus Task Switching. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 10(2), 71–83. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v10i02.37>
- Simarmata, A., Jocom, S. G., & Kaunang, R. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7p) Pada Black Cup Coffee Roaster Di Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 18(3), 699–708. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.v18i3.44693>
- Suharto, & Ligery, F. (2018). *Analisis Sem Teori Dan Praktek*. Lembaga Penelitian Um Metro. <http://lppm.ummetro.ac.id>

- Syabania, G. H., & Putra, H. T. (2025). The Effect Of *Perceived quality* And Prior Experience On Revisit Intention Mediated By Involvement In Starbucks Consumers (Case Study After The Boycott Call By The Mui In The City Of Bandung). *Journal Of Economic, Business And Accounting*, 8(4), 647–660. <https://doi.org/10.31539/M85s0m17>
- Syafitri, D. E., & Nur, M. (2024). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus Cv. Empang Emak Niyah). *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2), 191–219. <https://doi.org/10.62108/Great.V1i2.736>
- Syifani, P. D., & Pradopo, L. R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Kopi Kulo Poris). *Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*, 23(10).
- Thahira, A., Sunaryo, C. A., Belmondo, C. S., Nina, D. La, & Armalid, I. I. (2025). Work From Café : Eksplorasi *Place Attachment* Yang Terbentuk Pada Pengunjung Kafe Di Kota Malang. *Jurnal Flourishing*, 5(9), 497–513. <https://doi.org/10.17977/10.17977/Um070v5i92025p497-513>
- Timotius, E. (2023). “The Role Of Innovation In Business Strategy As A Competitive Advantage: Evidence From Indonesian Msmes.” *Problems And Perspectives In Management*, 21(1), 92–106. [https://doi.org/10.21511/Ppm.21\(1\).2023.09](https://doi.org/10.21511/Ppm.21(1).2023.09)
- Tryadi, A., & Muhajirin. (2021). Pengaruh *Physical evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Surf Café Kota Bima). *Journal Scientific Of Mandalika (Jsm)* 2(7), 291–298. <https://doi.org/10.36312/10.36312/Vol2iss7pp291-298>
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2020). Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling. In *Literasi Nusantara*.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2024). Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling (Edisi Revisi 2). In *Malang: Pt Literasi Nusantara Abadi Grup*. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.N1909>
- Winata, E. C., & Kempa, S. (2021). Analisis Pengaruh *Perceived Value* Dan *Service Quality* Terhadap *Repurchase intention* Pada Toko Emas Sentral Makassar. *Jurnal Agora*, 9(1),

2019–2022.

- Yoktan, E. D., & Nuswantara, B. (2025). Hubungan Bauran Pemasaran (7p) Dengan Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Kenangan Salatiga. *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(1), 1549. <https://doi.org/10.25157/ma.v11i1.17339>
- Zulfiyan, F., Andesta, D., & Dahda, Said Salim. (2022). E-ISSN : 2746-0835 Volume 3 No 4 ( 2022 ) *Justi ( Jurnal Sistem Dan Teknik Industri ) Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Marketing Mix 7p ( Product , Price , Promotion , Process , Place , People Dan Physical evidence ) Terhadap Kepuasan* E-ISSN : 2746-08. *Justi (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 3(4), 459–470.