

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, U., Junaidi, H., Setiawan, D. I., Kurnia PS., D., Meidatuzzahra, D., Nirmala, I. R., Nadjib, H. R., Puspa, M., Syilfi, Rakanita, Y., Astuti, N. H., & Larasati, R. D. (2024). *STATISTIK PARAMETRIK (TEORI DAN APLIKASI DENGAN SPSS)* (H. Akbar, Ed.). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Ayu Pramesti, D. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI ULANG LIPCREAM HANASUI (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI SOLO RAYA). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 21–33. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i2.885>
- Azizah, Z. N. (2023). *Peran Media Sosial Instagram @Infobekasi.co.id Sebagai Media Jurnalisme Warga Kota Bekasi Dalam Menyampaikan Aspirasi Masyarakat* [Universitas Bhayangkara Jakarta Raya]. https://repository.ubharajaya.ac.id/27675/2/Zainatun%20Nur%20Azizah_BA%20I.pdf
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi. (2023). *Kabupaten Bekasi Dalam Angka 2023*.
- Ch Sarayar, M. L., Soepeno, D., & Ch Raintung, M. (2021). PENGARUH E-WOM, HARGA DAN KUALITAS PRODUCT TERHADAP MINAT BELI “FOLCIS PUDDING” MANADO. *Jurnal EMBA*, 294, 294–303. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36225>
- Chatzoglou, P., Chatzoudes, D., Savvidou, A., Fotiadis, T., & Delias, P. (2022). Factors affecting repurchase intentions in retail shopping: An empirical study. *Heliyon*, 8(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10619>
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah Erni, Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2023). *STRATEGI PEMASARAN* (S. T. , M. Si. Dr. Miko Andi Wardana, Ed.). CV. Intelektual Manifes Media.
- Della Irona, V., & Triyani, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: kualitas produk, harga dan promosi (literature review smm). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>
- Dewi, N. K. W. A., Sri Hartati, P., & Indra Surya Diputra, G. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap

- Minat Beli Ulang Pada Mixue Di Padangsambian Denpasar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(12), 2340–2352.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Bekasi. (2023). *Laporan Pariwisata Digital Kabupaten Bekasi*.
- Elvina, N., & Sarah, S. (2021). *PENGARUH HARGA DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) TERHADAP MINAT BELI EMINA KOSMETIK*. 20(1). <https://jurnal.inaba.ac.id/>
- Fakhirah, & Hadi, E. D. (2024). Effect of Electronic Word of Mounth (E-WOM), Product Quality and Price Perception of Repurchase Intention of Skincare Products on the Tiktok Shop Application. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(3), 379–388. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i3.8546>
- Firdaus, H., & Firdaus, F. (2024). Impact Electronic Word of Mouth (E-WOM) Against Repurchase Intention With Trust Consumer As Variable Mediation for Lazada Users in Semarang City. *Economics and Business International Conference Proceeding*, 1(2), 735–745. <https://jurnalnew.unimus.ac.id/index.php/EBiC/article/view/484>
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE.
- Heryana, A. (2020). *Analisis Data Penelitian Kuantitatif*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31268.91529>
- Hutagalung, E. R., Fahrudin, A., & Febrieta, D. (2024). HUBUNGAN ANTARA LITERASI DIGITAL DENGAN DIGITAL WELL-BEING PADA PENGGUNA INTERNET DAN MEDIA SOSIAL DI KOTA BEKASI. *Jurnal Psikologi Dan Bimbingan Konseling*, 4(2). <https://doi.org/10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027>
- Ir. Roch Widaningsih, Ms. (2023). *OUTLOOK KOPI Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal - Kementerian Pertanian 2023. https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/Buku_Outlook_Kopi_2023_lengkap.pdf
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-

- Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226.
<https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>
- Jatlan, N. R., Zahidah, F. K., Muhtadien, A. Z., & Purnamasari, P. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa (Studi Kasus Generasi Milenial & Generasi Z di Kabupaten Bekasi). *Jurnal Pendidikan Tambusa*, 9.
- Jiwa Group. (2018). *New Mobile Coffee Cart Concept from Janji Jiwa*. Jiwa Group.
<https://jiwagroup.com/en/brand/detail/18/KopiSejutaJiwa>
- khairunisa, R., & Susanto, H. (2023). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN LOCATION TERHADAP MINAT BELI PADA KEDAI TITIK TEMU DI SAMPIT. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 72–84.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management 16th Edition : Global Edition* (16th ed.). Pearson Higher Ed.
- Mahendrayanti, M., & Wardana, M. (2021). THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, AND SERVICE QUALITY ON REPURCHASE INTENTION. In *American Journal of Humanities and Social Sciences Research* (Issue 5). www.ajhssr.com
- Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 2021–2524.
- Maulidi, S., & Al Rizky, M. (2023). PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI ULANG PERMASI TEXTILE BANDA ACEH. *Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business*. <https://jim.ar-raniry.ac.id/index.php/JIMEBIS/article/view/437>
- Mukaromah, H. (2024). Effect of of Food Quality, Perceived Value, Price Fairness, and Customer Satisfaction on Repurchase Intention and Word of Mouth. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(6).
- Muninggar, D. A., & Rahmadini, A. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1).
<https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.773>
- Najibah, A. (2024). *PENGARUH WORD OF MOUTH, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG TEH DESA DI*

PURWOKERTO.

https://repository.uinsaizu.ac.id/26563/1/ANJA%20NAJIBAH_PENGARUH%20WORD%20OF%20MOUTH%2C%20HARGA%20DAN%20KUALITAS%20PRODUK%20TERHADAP%20MINAT%20BELI%20ULANG%20TEH%20DESA%20DI%20PURWOKERTO.pdf

Nasrulloh, R. S., Rohim, A. N., & Idries, F. A. (2025). Analysis of the Influence of E-Wom on Repurchase Intention: the Mediating Role of Customer Loyalty and Satisfaction. *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 4(2), 337–349. <https://doi.org/10.35912/sakman.v4i2.3940>

Pertiwi, A. P., Putri Nirmala, R., Saputri, R., & Andriawan, I. T. (2023). The influence of social media promotion, word of mouth, and quality service on repurchase intention: The role of trust. *Sebelas Maret Business Review*, 8(2), 98–108. <https://jurnal.uns.ac.id/snbr>

Prema Atma Jaya, & I Putu Gde Sukaatmadja. (2024). The Role of Brand Image in Mediating the Influence of E-Wom and Product Quality on Repurchase Intention. *International Journal of Management Research and Economics*, 3(1), 291–305. <https://doi.org/10.54066/ijmre-itb.v3i1.2730>

Putri, A. N. A., & Bernarto, I. (2023). The Influence of Price Fairness, Promotion, and Perceived Ease of Use on the Repurchase Intention. *MEC-J (Management and Economics Journal)*, 7(1), 77–90. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v7i1.19585>

Rahmawati, J. H., & Ahsan, M. (2021). Demam Korea: Minat Beli Terhadap Produk Kecantikan Korea (K-Beauty). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1516–1528. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1516-1528>

Ramanda, B., Sianturi, I. N., Nur, P., Lubis, S., Tampubolon, C. Y., & Hutajulu, J. (2024). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Repurchase Intentions Konsumen Pada Produk Kopi Keliling Merek Segelas Pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara.*

Sahir, S. H. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati, Ed.; 1st ed.). KBM INDONESIA. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PinKEAAQAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=Sahir,+S.+H.+\(2021\).+Metodologi+Penelitian.+Cetakan+pertama+Penerbit:+KBM+Indonesia,+Jogyakarta&ots=ODPW6jfObE&sig=1hMYf07DeEbof-c-35hbQvnqf60&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PinKEAAQAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=Sahir,+S.+H.+(2021).+Metodologi+Penelitian.+Cetakan+pertama+Penerbit:+KBM+Indonesia,+Jogyakarta&ots=ODPW6jfObE&sig=1hMYf07DeEbof-c-35hbQvnqf60&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Santi, D. (2022). *PENGARUH E-WOM, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC (Studi Kasus pada*

- Masyarakat Magelang*). <https://repositori.untidar.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=38968&bid=14839#:~:text=Digdowiseiso%2C%20K,Pengaruh%20Persepsi%20Harga%20Dan>
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2021). *Consumer Behavior, 12th edition* (12th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (4th ed.). Alfabeta.
- Syahgatra, A. V. (2024, February 19). *Digemari Warga AS, Intip Potensi Produksi Kopi di Indonesia*. FT News. <https://ftnews.co.id/digemari-warga-as-intip-potensi-produksi-kopi-di-indonesia>
- Tj, H. W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba yang Dimediasi oleh Strategi Promosi (Studi Kasus: Konsumen Chatime Tanjung Duren). *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(12), 1566. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i12.1875>
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran (Edisi 5)* (5th ed.). CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. ANDI.
- Wijaya, L. S. T., Fridayani, J. A., & Maridjo, H. (2024). KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI ULANG MIE GACOAN DI YOGYAKARTA. *JURNAL EKONOMI PENDIDIKAN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 12(1), 35–56. <https://doi.org/10.26740/jepk.v12n1.p35-56>
- Yonatan, A. Z. (2024, October 23). *Survei GoodStats: Kopi Jadi Bagian dari Kehidupan Masyarakat Indonesia*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-kopi-jadi-bagian-dari-kehidupan-masyarakat-indonesia-D5iBT>
- Zahra Rama, R., & Irdi. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI PADA PRODUK SOMETHINC DI KOTA PADANG*. 10. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4228>