

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Y. (2020). Sistem Informasi Penjualan Barang Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Pendapatan Perusahaan. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 2(2), 39–51. <https://doi.org/10.52005/jursistekni.v2i2.47>
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Responsive*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.24198/responsive.v5i1.39338>
- Desyanti, I. G. A. T., & Yani, N. W. M. S. A. (2023). Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat konsumen berkunjung kembali ke titik temu coffee ubud. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(1), 55–69. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i1.276>
- Ghazali I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Sembilan). In *Semarang, Universitas Diponegoro* (8th edn). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfīyyāt*, 13(1), 188–204.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76–82. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Isyariansyah, M. D., Sumarjono, D., & Budiraharjo, K. (2018). Analisis Faktor-Faktor Produksi Yang Mempengaruhi Produksi Kopi Robusta Di Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 2(1), 31. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v2i1.1482>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kualitas, P., Dan, P., Layanan, K., Kepuasan Konsumen “masalah” I, T., Putu, G., & Alvian, K. (2020). *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 5, Nomor 4, Oktober 2020*. 5(September 2019).
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., & Munawaroh, I. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga

- terhadap minat beli ulang. *Jurnal Manajemen*, 13(4), 654–661. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v13i4.10161>
- Muhammad, B. R., & Sisilia, K. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada coffee shop (studi pada crema koffee di kota bandung). *Jurnal E-Proceeding of Management*, 6(3), 5876–5883.
- Nasrin, R., & Mustikasari, A. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sepatu vans di Kota Bandung pada Tahun 2017. *E-Proceeding of Applied Science*, 3(2), 2–5.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 473–474. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Poniman, A. S., & Tan Alexander Cahyadi Sentoso. (2015). Analisa faktor yang menjadi preferensi konsumen dalam memilih. *Perhotelan*, 1–11.
- Puji Lestari, F. A. (2018). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Sosio E-Kons*, 10(2), 179. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i2.2718>
- Purbohasuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Puspa, R., & Yani Hardiyanti, N. (2021). Coffee Culture di Indonesia : Pola Konsumsi Konsumen Pengunjung Kafe, Kedai Kopi dan Warung Kopi di Gresik. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(1), 26. <https://doi.org/10.20473/medkom.v2i1.26380>
- Ratu Syifa Nabila Khansa. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Purijakarta Barat). *Jurnal STEI Ekonomi*, 20(Xx), 2. [http://repository.stei.ac.id/3253/1/Jurnal Indo Ratu Syifa-dikonversi.pdf](http://repository.stei.ac.id/3253/1/Jurnal%20Indo%20Ratu%20Syifa-dikonversi.pdf)
- Rofifah, D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Pelayanan, Promosi Keputusan Pembelian. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis Di Agen S. Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 223–231. <https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss3.pp223-231>
- Sinambela, R. Y. P., & Hermani, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–10.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit*

Alfabeta.

- Taupik Ismail. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423.
- Tiefani, & Saputra, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Pt Anugerah Avava Cemerlang Batam. *Jurnal EMBA*, 8(1), 2095–2105.
- Vita, G. (2018). *Bab II Strategi Pemasaran*. 38–55.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER OWNER *COFFEE SHOP*

Data Pribadi

Nama Pemilik :

Tempat/ Tgl lahir :

Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan

Alamat Lengkap :

Agama :

Umur :

Pendidikan Terakhir :

Status Perkawinan : Kawin/Belum Kawin

Jumlah Anggota Keluarga :

No. Hp :

Profil Usaha

Nama Coffee Shop :

Tahun Berdiri Coffee Shop :

Umur Coffee Shop :

Jenis Usaha : Pribadi/Kelompok

Status Kepemilikan Usaha : Berbadan hukum/belum berbadan hukum

Jumlah Tenaga Kerja :

Pendapatan dalam 1 hari :

Daftar Pertanyaan Wawancara

A. Kepribadian Pengusaha

1. Apa alasan Bapak/Ibu memilih menjalankan usaha *coffee shop* ?
.....
2. Darimana Bapak/Ibu terinspirasi melakukan usaha *coffee shop* ?
.....
3. Apa yang membedakan *coffee shop* Bapak/Ibu dengan *coffee shop* lainnya ?
.....

B. Keragaman Produk

1. Apa saja menu yang dijual di *coffee shop* ?
.....
2. Apakah *coffee shop* Bapak/ibu mengkategorikan produk-produk yang dijual ?
.....
3. Apa saja produk minuman yang ditawarkan *coffee shop* ?
.....
4. Apa saja produk makanan yang ditawarkan *coffee shop* ?
.....
5. Apa saja jenis produk kopi yang ditawarkan *coffee shop* ?
.....
6. Apakah di *coffee shop* Bapak/ibu menawarkan varian biji kopi sebagai pilihan *coffee based* kepada konsumen ?
.....
7. Apakah *coffee shop* Bapak/ibu menawarkan minuman *non coffee* ?
.....
8. Apakah *coffee shop* Bapak/Ibu memiliki produk yang menjadi favorit pelanggan ?
.....
9. Apakah *coffee shop* Bapak/Ibu memiliki minuman khas ?
.....

C. Fasilitas

1. Berapa kapasitas maksimum *coffee shop* Bapak/Ibu untuk pelanggan ?
.....
2. Apakah *coffee shop* Bapak/Ibu memiliki ruang terpisah seperti *indoor* dan *outdoor* ?
.....
3. Apakah *coffee shop* Bapak/Ibu memiliki elemen desain yang unik untuk menarik perhatian pelanggan ?
.....
4. Apakah ada perubahan *design interior* dan *exterior* yang pernah dilakukan ?
.....
5. Apakah *coffee shop* Bapak/Ibu memberikan fasilitas berupa wifi, AC, toilet dan pengisian daya kepada pelanggan ?
.....
6. Apakah Bapak/Ibu memastikan kenyamanan terhadap konsumen yang berkunjung ke *coffee shop* ?
.....
7. Apakah *coffee shop* Bapak/Ibu memiliki sistem keamanan ?
.....
8. Apakah *coffee shop* Bapak/Ibu memiliki fasilitas parkir untuk pelanggan ?
.....
9. Apakah *coffee shop* Bapak/Ibu memiliki rencana untuk mengembangkan fasilitas di masa yang akan datang ?
.....

D. Kualitas Pelayanan

1. Apakah *waitress coffee shop* Bapak/Ibu responsif terhadap pelanggan ?
.....
2. Apakah *coffee shop* Bapak/Ibu memiliki program pelatihan khusus *waitress* untuk meningkatkan keterampilan pelayanan pelanggan ?
.....

3. Apakah *waitress coffee shop* Bapak/Ibu menekankan pentingnya ramah tamah dalam pelayanan kepada pelanggan ?
.....
4. Bagaimana Bapak/Ibu memastikan *waitress coffee shop* memiliki pengetahuan tentang produk yang ditawarkan ?
.....
5. Apakah *waitress coffe shop* Bapak/Ibu memberikan rekomendasi dan menjelaskan dengan baik berbagai produk yang ditawarkan ?
.....
6. Apakah *coffee shop* Bapak/Ibu memiliki SOP pelayanan tertentu yang harus dipatuhi *waitress* ?
.....
7. Apakah Bapak/Ibu sering hadir di *coffee shop* anda dan berinteraksi langsung dengan pelanggan ?
.....

DAFTAR PERTANYAAN

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : L/P
3. Umur :
4. Pekerjaan Utama :
5. Frekuensi berkunjung ke *coffee shop* ini dalam sebulan :....kali

Petunjuk:

Berikanlah tanda centang (✓) pada salah satu pilihan yang anda anggap benar

I. Pengaruh keragaman produk terhadap minat pembelian ulang konsumen

NO	Pernyataan	Ya	Ragu - ragu	Tidak	Keterangan
1	Apakah <i>coffee shop</i> mengkategorikan menu yang berdeda – beda (<i>coffee, non coffee, snack</i>) ?				
2	Apakah <i>coffee shop</i> menawarkan lebih dari 10 jenis minuman ?				
3	Apakah <i>coffee shop</i> menawarkan lebih dari 10 jenis makanan ?				
4	Apakah <i>coffee shop</i> menawarkan varian biji kopi tertentu kepada konsumen ?				
5	Apakah produk yang ditawarkan <i>coffee shop</i> memiliki kualitas yang baik ?				
6	Apakah ada makanan favorit anda di <i>coffee shop</i> ini ?				
7	Apakah ada minuman favorit anda di <i>coffee shop</i> ini ?				
8	Apakah produk makanan yang ditawarkan memiliki				

	tampilan yang menarik dan menggugah selera ?				
9	Apakah produk minuman yang ditawarkan memiliki tampilan yang menarik dan menggugah selera ?				

II. Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat pembelian Ulang Konsumen

NO	Pernyataan	Ya	Ragu - ragu	Tidak	Keterangan
1	Apakah <i>coffee shop</i> memberikan fasilitas penunjang (AC, <i>wifi</i> , toilet, kursi, meja, kelistrikan) kepada konsumen ?				
2	Apakah <i>design exterior coffee shop</i> memiliki nilai estetik ?				
3	Apakah <i>design interior coffee shop</i> memiliki nilai estetik ?				
4	Apakah <i>coffee shop</i> memberikan fasilitas parkir kendaraan ?				
5	Apakah <i>coffee shop</i> memberikan fasilitas <i>indoor</i> ?				
6	Apakah <i>coffee shop</i> memberikan fasilitas <i>outdoor</i> ?				
7	Apakah <i>coffee shop</i> memberikan fasilitas <i>smoking room</i> ?				
8	Apakah <i>coffee shop</i> menyediakan fasilitas hiburan seperti pemutaran musik ?				
9	Apakah <i>coffee shop</i> memberikan fasilitas pembayaran berupa tunai dan non tunai ?				

**III. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembelian Ulang
Konsumen**

NO	Pernyataan	Ya	Ragu - ragu	Tidak	Keterangan
1	Apakah <i>waitress</i> responsif terhadap konsumen ?				
2	Apakah <i>waitress</i> memiliki pengetahuan tentang produk yang ditawarkan ?				
3	Apakah <i>waitress</i> melayani dengan sikap yang sopan ?				
4	Apakah pengantaran pesanan anda sudah sesuai dengan yang dipesan ?				
5	Apakah pesanan anda diantar dengan cepat ?				
6	Apakah semua konsumen mendapat pelayanan yang sama ?				
7	Apakah konsumen bisa mengajukan <i>complain</i> kepada pihak <i>coffee shop</i> ?				
8	Apakah keluhan konsumen ditanggapi dengan cepat oleh pihak <i>coffee shop</i> ?				

IV. Minat Pembelian Ulang Konsumen

NO	Pernyataan	Ya	Ragu - ragu	Tidak	Keterangan
1	Apakah anda berkeinginan untuk mengunjungi kembali <i>coffee shop</i> ini ?				
2	Apakah anda berkeinginan untuk mencoba variasi menu baru lainnya yang ditawarkan <i>coffee shop</i> ini ?				
3	Apakah anda akan merekomendasikan <i>coffee shop</i> ini kepada teman – teman anda ?				
4	Apakah anda memiliki alasan tersendiri memilih <i>coffee shop</i> ini ?				
5	Apakah selalu mencari informasi mengenai menu baru, diskon dan penawaran lainnya untuk membeli kembali produk di <i>coffee shop</i> ini ?				

Kualitas Pelayanan X3								Total X3	Minat Beli Ulang Y1					Total Y1	Harga
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5		
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	50.000
3	3	3	3	2	3	3	3	23	2	3	2	3	3	13	67.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	30.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	1	3	1	11	27.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	13	27.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	1	13	34.000
3	3	3	3	2	3	3	2	22	3	1	3	3	1	11	37.000
3	3	3	3	1	3	3	3	22	3	3	3	3	1	13	30.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	27.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	35.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	64.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	27.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	1	3	3	1	11	54.000
3	1	3	3	3	3	3	3	22	3	1	3	1	1	9	65.000
3	2	3	3	2	3	3	3	22	3	3	3	1	1	11	30.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	27.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	1	13	24.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	1	3	3	3	13	30.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	35.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	35.000
3	3	3	3	3	3	3	2	23	3	3	3	3	3	15	35.000
3	3	3	3	3	3	3	2	23	3	3	3	3	3	15	35.000
3	3	3	3	3	3	3	2	23	3	3	3	3	3	15	28.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	1	13	70.000
3	3	3	3	3	3	3	2	23	3	3	3	3	3	15	78.000
3	2	3	3	2	2	2	2	19	3	3	3	1	1	11	30.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	1	1	11	26.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	1	1	11	72.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	1	1	11	25.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	1	1	11	25.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	1	3	13	35.000
3	3	3	3	3	2	3	3	23	3	3	3	3	3	15	30.000
3	3	3	2	3	3	3	2	22	3	3	3	3	3	15	26.000
3	3	3	3	1	3	3	2	21	3	3	3	3	3	15	35.000
3	3	3	3	3	3	3	2	23	3	3	3	3	3	15	20.000
3	3	3	3	3	2	3	3	23	3	3	3	3	3	15	32.000
3	3	3	3	3	3	3	2	23	3	3	3	3	3	15	28.000
3	3	3	3	2	3	3	3	23	3	3	3	1	3	13	27.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	13	25.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	26.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	23.000
3	3	3	3	1	3	3	3	22	3	3	3	3	3	15	43.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	25.000
3	3	3	3	3	3	2	3	23	3	3	3	3	3	15	25.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	27.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	25.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	42.000
2	2	3	3	3	3	2	2	20	3	3	3	1	1	11	47.000
1	1	2	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	1	13	18.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	26.000
3	2	2	3	3	2	2	3	20	3	3	3	1	1	11	25.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	20.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	25.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	26.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	1	13	22.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	27.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	18.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	38.000
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	27.000

Lampiran 3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga (X4), Produk (X1), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X3) ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.447 ^a	.200	.141	1.626

a. Predictors: (Constant), Harga (X4), Produk (X1), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X3)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.281	4	9.070	3.430	.014 ^b
	Residual	145.452	55	2.645		
	Total	181.733	59			

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X4), Produk (X1), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X3)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.397	5.899		-1.254	.215
	Produk (X1)	.009	.090	.013	.103	.918
	Fasilitas (X2)	.365	.190	.239	1.926	.059
	Kualitas Pelayanan (X3)	.462	.190	.330	2.431	.018
	Harga (X4)	1.442E-5	.000	.115	.922	.361

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang (Y)

Lampiran 4 Hasil Dokumentasi Penelitian

