

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (1993). *Brand Equity & Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brands*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Anastasia, U., & Nurendah, Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen . *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* , 181-190.
- Arfi, S. (2019). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). 1-7.
- Ariyuni, D., & Suhardi, Y. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir). *Jurnal STEI Ekonomi*, 1-19.
- Avkiran, N. K., & Ringle, C. M. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Medeling (Recent Advances in Banking and Finance)*. Springer International Publishing.
- Babin, B. J. (2015). Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth Restaurant Patronage In Korea. *The Journal of Service Marketing*, 133-139.
- Dewi, P. E., Dewi, N. W., & Devi, S. (2020). The Influence of Brand Image, Price Level and Word of Mouth on Purchasing Decisions for "Nau Coffee" SMEsProducts(Study on Student of Accounting Department Universitas Pendidikan Ganesha). *Advances in Economics, Business and Management Research*,, 187-193.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: AGF Books.

- Fitriani, D. W., DH, A. F., & Yulianto, E. (2017). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP FAKTOR PSIKOLOGIS DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa S1 Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Handphone Merek Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25-30.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Method & Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handayani, L. S., Wirastomo, J. T., & Widodasih, R. W. (2020). Keputusan Pembelian: Word Of Mouth, Kualitas Produk, Dan Harga (Studi Pada Kopi Janji Jiwa Jababeka). *Jurnal Pelita Ilmu*, 31-45.
- Hidayah, D., & Idris. (2019). Influence of Price, Product Quality, Location, Brand Image, and Word of Mouth on Purchasing Decisions at Bacarito Padang Cafe with Buy Interest as a Moderation Variable. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 710-716.
- Hossain, M. M., Kabir, S., & Rezv, R. I. (2017). Influence of Word of Mouth on Consumer Buying Decision: Evidence from Bangladesh Market. . *European Journal of Business and Management*, 38-45.
- Ibrahim, K., Triwardhani, D., & Marzuki, F. (2020). ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN PADA GENERASI MILENIAL. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 643-655.
- ICO. (2020). *ICO*. Retrieved from ICO: [www.ico.org](http://www.ico.org)
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanik, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., . . . Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Julius, Y., & Limakrisna, N. (2016). *Manajemen Pemasaran* . Yogyakarta: Deepublish.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Manajemen 14th Edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson.
- Kristal, S. (2019). Theory and practice of brand co-creation. *University of Twente*.
- Latief, R. (2018). *Word of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Pertanian. (2020). *Pertanian*. Retrieved from Pertanian: [www.pertanian.go.id](http://www.pertanian.go.id)
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putra, D. N. (2015). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE ROTI GEMPOL DAN KOPI ANJIS. *e-Proceeding of Management*, 758-763.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., . . . Harli, A. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Jakarta: Deepublish.
- RJ, F. T., & Ferdinand, A. T. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Buket Koffee+Jazz Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 1-13.

- Rosanti, N., Salam, K. N., & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*, 365-375.
- Rose, T., & Nofiyanti, F. (2020). Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Kekinian di Jakarta. *LITERATUS*, 40-51.
- Schiffman, L. G. (2012). *Consumer Behaviour: A European Outlook, 2nd Edition*. Pearson.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). *Consumer Behaviour: A European Outlook, 2nd Edition*. Pearson.
- Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer Behavior*. Harlow: Person Education Limited.
- Soraya, N. C., & Marlina, N. (2020). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKSO BOEDJANGAN DI SURABAYA. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)* , 229-245.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A., & Wijanarko, H. (2004). *Power Branding*. Jakarta: PT. Mizan Publika Jakarta.
- TBI. (2021). *Top Brand Index*. Retrieved from Top Brand Index: [topbrandindex.com](http://topbrandindex.com)
- Thamrin, A., & Francis, T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT Rajagrafindo Persada.

- Winarno, P. S. (2018). THE EFFECTS OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON BUYING DECISION FOR COFFEE PRODUCT AT STRADA COFFEE, SEMARANG . *Business Hospitality Study Program*, 186-193.
- Yi, Y., & Gong, T. (2013). Customer Value Co-Creation Behavior: Scale Development and Validation. *Journal of Business Research*, 1279-1284.