

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyanto, J., Simarmata, P., & Sembiring, R. (2020, November). Analisa Keputusan Pembelian Konsumen Di Instagram. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 548-560).
- Al Shikhy, A. (2019). Purchasing decision using mediation of trust in product quality and brand image. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (21), 1091-1106.
- Auran, R. H., Andriani, D. R., & Hartati, I. A. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kooka Coffee Yang Dimediasi Brand Image (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Budianto, Apri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Charles Lamb, W.et.al. (2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta
- Databoks.katadata.co.id. (2022) Produksi Kopi Indonesia Naik Jadi 774,60 Ribu Ton pada 2021 [www.databoks.katadata.co.id https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/09/produksi-kopi-indonesia-naik-jadi-77460-ribu-ton-pada-2021](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/09/produksi-kopi-indonesia-naik-jadi-77460-ribu-ton-pada-2021)
- Ervina, V. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Merek Moola Pedawa (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ferdinand, A. (2014). *Metodologi pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternative dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: BP. Undip. ISSN 2289, 1560
- Heinonen, N. (2021). The impact of social media influencer marketing on purchasing decisions of Millennials in Finland.
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. S. (2017). *Principles of Marketing, 17th Global Edition*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Boston: Pearson Education Limited; 15th edition.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Grasindo.

Pearson.

- Prasath, P., & Yoganathen, A. (2018). Influence of social media marketing on consumer buying decision making process. *SLIS Student research journal*, 1(1), 1-12.
- Pribadi, J., & Magdalena, M. (2020). Pengaruh Brand Image, Instagram Advertising Media Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Di Blend Coffee Padang.
- Rivandi, R. (2021). Integrated Marketing Communication and Coffee Shop Consumer Purchase Decision In Surakarta City. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2).
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Segoro, W., & Nurlita, D. (2021). The Effect Of Quality Product, Brand Image, And Price Towards A Purchase Decision Of J. Co Donuts & Coffee In Tangerang. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1702-1704.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2013). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryati, L. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Di Café 38 Coffee Lab yang di Mediasi Electronic Word Of Mouth Marketing.
- Swa.co.id. (2019) Pertumbuhan Bisnis Kedai Kopi. www.swa.co.id.
<https://swa.co.id/swa/trends/pertumbuhan-bisnis-kedai-kopi>
- Vera, A., Utami, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(7).
- Wiranata, A. (2021). Analisis Brand Image, Cita Rasa, Harga dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kelana Kopi (Doctoral dissertation, Politeknik Harapan Bersama Tegal).
- Wowor, C. A., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1058-1068.
- Wuryanti, L., & Zahara, Y. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri, Harga Dan Kelas Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Di Coffeshop Kedai Kopi Pacar Hitam Lampung. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(1), 1-9.