

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3).
- Budiyanto, A. (2019). Pengaruh Citra merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Gerai Kopi Starbucks di Senayan City. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(2).
- Butarbutar, M. (2020). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Pengembangan*. Yayasan Kita Menulis.
- Dermawan, E., Sanjaya, A., & Wediawati, T. (n.d.). The Effect of Social Media Marketing and Brand Awareness on Purchase Decisions through Purchase Intention in Kopiria. *Pinisi Discretion Review*, 6(1).
- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Cita rasa dan promosi melalui media sosial TERHADAP Keputusan Pembelian konsumen kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25-42. doi:10.24042/revenue.v3i1.10448
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Semarang: Seri Pustaka Kunci.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Pasuruan, Jawa Timur: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2014). *Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Gunelius, S. (2018). *Ultimate Guide to Email Marketing for Business*. Entrepreneur Press.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Haryo, G. G., & Pradana, M. (2021). Efektivitas Social Media Marketing terhadap Customer Engagement dan Keputusan Pembelian di Sumber Anugerah. *E-Proceeding of Management*, 8(5).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Harlow: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Jakarta: Erlangga.

- Kumar, R. (2011). *Research Methodology*. New Delhi: SAGE.
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurna Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3).
- Narayana, K. G., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran brand image MEMEDIASI social media marketing TERHADAP Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1962.  
doi:10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p16
- Noor, J. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Oktavian, D. (2018). Sampel. *Jurnal Novum*.
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3).
- Riduwan, A. (2013). *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Alfabeta.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sangadji, Mamang, E., & S. (2014). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISERAL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Tauran, R. H., Andriani, D. R., Wahyuningtyas, A. S., & Isaskar, R. (2022). The Effect of Social Media Marketing on the Purchase Decision of Kooka Coffee Products using Brand Image as A Mediation Variabel. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 22(3).  
<http://dx.doi.org/10.21776/ub.agrise.2022.022.3.9>
- Wargianto, & Wardana, A. E. (2022). The Effect of Brand Image, Quality of Service and Location on Purchase Decision at Other Heart Coffee Stores. *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3).

Wowor, C., Lumanauw, B., & Ogi, I. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3).

[Instagram.com/kopijanjiwiwa/](https://www.instagram.com/kopijanjiwiwa/)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>

<https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/konsumsi-kopi-2010-2019-1606130336>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/brasil-rajai-produksi-kopi-pada-2020-indonesia-urutan-berapa>

<https://jiwagroup.com/id/brand/jiwagroup>

<https://jiwagroup.com/id/corporate/aboutus>

<https://jiwagroup.com/id/brand/detail/1/JanjiJiwa>

<https://www.kompas.com/stori/read/2022/04/14/170000379/sejarah-singkat-kopi-dan-pelarangannya?page=all>