

## 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).
- Annur, C. M. (2022, December 8). Ada Berapa Pengguna Internet dan Media Sosial di Seluruh Dunia?. Databoks.
- Annur, C. M. (2022, March 9). Produksi Kopi Indonesia Naik Jadi 774,60 Ribu Ton pada 2021. Databoks.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2019). *Marketing An Introduction (4th ed.)*. Pearson. [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(1), 175-183.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis. (C. I. Gunawan, Ed.). IRDH (International Research and Development for Human Beings).
- Erpiana, N., & Susmonowati, T (2021) 'Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Lain Hati (Studi Kasus: Pelanggan Kopi Lain Hati Di Kabupaten Bekasi)', *Jurnal Mahasiswa Administrasi Bisnis*, 1(5), pp. 399-408
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). (Q. Media, Ed.). Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran (Dasar dan Konsep). (Q. Media, Ed.). Qiara Media. <https://www.researchgate.net/publication/334057497>
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS) (4th ed.)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hamzah, A. (2019). Metode Penelitian & Pengembangan. Literasi Nusantara.
- Hutagalung, Y.M., & Waluyo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 209-215.

- Imamah, Fadhilah, M., & Ningrum, N. K. (2022). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Iklan Media Sosial, Word of Mouth dan Citra Merk (Studi Kasus Pada Café Sembari Coffee, Sleman). *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 5(1).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson India Education Service.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management (4th ed.)*. Pearson Education Limited. [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)
- 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. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3).
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Pandiva Buku. <https://www.researchgate.net/publication/310614032>
- Kusumaningtyas, M., Lestari, S., Prasetyo, H. D., Wahyudi, T., & Putranto, J. H. (2020). Brand Image and Value on the Purchasing Decision of Coffee Drinks At the Outlet of Janji Jiwa Royal Plaza Surabaya: Brand Image. *International Journal of Scientific Research and Management*, 8(02), 161-1614. <https://doi.org/10.18535/ijrm/v8i02.em07>
- Kusumuradya, N., Wagiman, & Purwadi, D. (2021). Service Quality and Brand Image Influence on the Purchase Decision of Coffee Shop Products in Yogyakarta. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. doi:10.1088/1755-1315/828/1/012060
- Mukti, A., & Aprianti, Karti. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229-245. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>
- M Ivan Mahdi. (2022, February 25). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. *DataIndonesia.Id*
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Atalya Rileni Sudeco.
- Nur Alfiyah, S., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Pabrik Lewo Surabaya. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 970-985. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.2136>

- Noor, J. (2011). Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah. Kencana.
- Oswaldo, I. G. (2022, December 29). Profil dan Sejarah Kopi Kenangan yang Pecahkan Rekor MURI. Detikfinance.
- 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).
- Rahmawati, D., & Chan, Syafrizal., (2022). Pengaruh Brand Image, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Kopi Janji Jiwa Citra 6 Kalideres). *JFM: Journal of Fundamental Management*, 2(2), 261-272. <https://dx.doi.org/10.22441/jfm.v2i2.17745>
- Rinda Rahmawati, A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J.Co Donuts and Coffee Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(1), 17. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i1.4686>
- [Riyandi, V. \(2022, September 22\). Semerbak Harumnya Bisnis Kopi Indonesia. LandX.](#)
- Rizaty, M. A. (2022, March 26). 7 Kedai Kopi Lokal Favorit Masyarakat Indonesia, Apa Saja? Databoks.
- Rozjiqin, M. F., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks. *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 7(1), 060-077.
- Saretta, I. R. (2022, May 6). Dinobatkan Jadi Unicorn, Yuk Intip Kisah Perjalanan Kopi Kenangan Menggapai Kesuksesannya. Cermati.
- Sari Rahayu, E., & Nursanta, E. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian J.Co Donuts & Coffee. *Jurnal Sosial Dan Teknologi*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i1.604>
- Setiawan, S. (2020). Analisa Partial Model Persamaan Struktural dengan Software SMART-PLS Versi 3 (1st ed.).
- Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. PUSTAKABARUPRESS.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Manajemen. 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>

- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik (4th ed.)*. ANDI.
- Upadana, M., & Pramudana, K. (2020). Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(5), 1921 - 1941. doi:10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i05.p14
- 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).
- Waseso Segoro, & Debi Nurlita. (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. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.339>
- Wicaksono, N. J. S & Sutanto, J. E. (2022). The Impact Of Product Variation, Product Quality, And Service Quality On Purchase Decision Of Ko-Kopian Products. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1).
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). *Service Marketing (8th ed.)*. World Scientific.
- Yusuf, M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan (1st ed.)*. Kencana.