

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Irawan, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 7*.
- Adella Permatasari, G. (2021). The Influence of Brand Image and Product Innovation on Purchasing Decision of Kopi Kenangan at Tunjungan Plaza Surabaya. *Ejournal.Worldconference, Volume 21*.
- Adrianti Putri, A., & Mugiono. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kenangan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, Volume 01*.
- Aripin, Z., & Negara, M. R. P. (2021). *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen* (Edisi 1). Cv Budi Utama.
- Astuti, M., & Amanda, A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Depublish Publisher.
- Caesar Putra, J., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional, Volume 4*.
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)* (Fachrurazi & I. K. E. M. Mulyana (eds.)). Eureka Media Aksara.
- Darwin, M., Marianne, Salman, Yuliana, Hardi, Diana, Made, I., Budi, Pasionista, & Antonius. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (T. Tambunan (ed.)). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)* (Pertama). Cv. Budi Utama.
- Ferdinan. (2020). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (E. R. Fadilah (ed.); Pertama). Depublish Publisher.
- Ghozali. (2014). *Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)* (Edisi 4).

- Ghozali, H. L. I. (2020). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan aplikasi SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas DIponegoro.
- Hakim, M., & Juwita, R. (2021). *Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Petang di Palembang. Vol.3*.
- I wayan, E. S., & Arini, I. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi (Studi Kasus Pada Kopi Nini) Di Desa Demulih Kabupaten Bangli. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, Vol 6. https://doi.org/https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i1.416
- Idrus, D. S. A. I. (2019). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian* (Edisi 1). Media Nusa Creative.
- Kapirossi, B., & Eddy Prabowo, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Journal of Economics and Business, Volume 7*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>
- Kelly Sawlani, D. (2021). *Digital Marketing: Brand Images (Lutfiah (ed.))*. Scopindo Media Pustaka.
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Sudut Halaman. *Jurnal JAMAN, Vol. 2*.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management* (15 Edition). Pearson Education.
- Kotler, Keller, Brady, Goodman, & Hansen. (2016). *Marketing Management* (3 Edition). PEARSON EDUCATION LIMITED.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (Eighteenth). Pearson Education Limited. Global Edition
- Laksana, F. (2023). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis* (Edisi 1). Graha Ilmu.
- Manap, D. A., Sani, I., Sudirman, A., Noviany, H., Rambe, M. T., Raflina, R., Adnan, Y., Abdurohim, Adha, S., Fajar, F., Pujilestati, S., Mulyana, I. K. E.,

- & Widiati, E. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar dan Strategi)* (D. Fachrurazi (ed.); Pertama). Eureka Media Aksara.
- Master Hutagalung, Y., & Djoko Waluyo, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumas). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. IX*.
- Matthew Laisina, N. J., & Fairliantina, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Membeli di Kopi Kenangan Pasar Minggu. *Jurnal Arkainstitute, Vol 1*.
- Naida, Rachmadienna, Julian, Salma, Riri, Nenden, Febriyanti, Ahmad, Erna, Yulia, Bunga, Lavina, Anis, Dewi, Rahmah, Siti, & Jesica. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. 228.
- Nur Indahsari, L., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Jurnal Bisnis Islami Dan Perbankan Syariah, Volume 1*.
- Octhaviani, S., & Jonathan Sibarani, H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi Pada Pengguna Aplikasi Grab Di Kota Medan. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business, Vol. 4*.
- Peter, & Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Edisi 9). Salemba Empat.
- Putri Warganegara, T. L., & Safitri, D. (2023). Pengaruh Promosi Online dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk UMKM Kopi Kenangan Ruko Ahmad Yani di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT)*.
- Rahman, H. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Janji Jiwa. *Repository.Upnvj*.
- Ridanasti, E. (2020). *Perilaku Konsumen 4.0* (Reza Widhar P (ed.); Pertama). Stelkendo Kreatif.
- Romdonny, J. (2019). *Keputusan Pembelian Ditinjau dari Aspek Merek, Promosi, dan Kualitas Produk* (Khaeruman (ed.); Pertama). CV. AA. RIZKY.
- Schiffman, & Kanuk. (2018). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Alih Bahasa: Zoelkifli.

- Solomon. (2020). *Consumer Behavior* (13 Edition). PEARSON.
- Songgigilan, C., Johny, T., & Olivia, W. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kenangan di Kawasan Mega Mall. Vol 4.*
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (26th ed.). Alfabeta Bandung.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.* Deepublish.
- Syahriyah, A., & Arifiansyah, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Nako Depok. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA), Volume 2.*
<https://doi.org/https://doi.org/10.55927/mudima.v2i8.1061>
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction.* Andi.
- Tonce, Y., & Darius, Y. (2022). *Minat Dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep Dan Studi Kasus)* (Kodri (ed.); 1st ed.). CV. Adanu Abimata.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori & Strategi* (Hamdan (ed.); Pertama). Forum Pemuda Aswaja.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm* (Seventh Ed). Mc-Graw-Hill Education.