

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Agustina, M., & Acyasmoro, V. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Titik Rindu Coffee & Venue. *Human Capital Development*, 91(1), 1–13. <http://ejournal.stein.ac.id/index.php/hcd%0APENGARUH>
- Alfian, C., & Nainggolan, B. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Steak 21 Mall Kota Kasablanka. *SINOMIKA JOURNAL : PUBLIKASI ILMIAH BIDANG EKONOMI & AKUNTANSI*, 1(3), 363–380. <https://doi.org/10.54783/jin.v4i3.590>
- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Octavia, N. P. A. Y. F., Satriawan, T. M., Yulianah, S., Yusuf, M., Irwansyah, R., Moonti, A., Adiek Astika Clara Sudarni Budiani Fitria Endrawati, S., Armiani, & Tabun, S. U. A. M. A. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Seval Liiterindo Kreasi (SEVAL)* (Vol. 5, Issue 3).
- ALVIANSYAH, I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Xing Fu Tang (Studi Pada Mahasiswa *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4(2), 750–757. <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/34534/>
- 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), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggarana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran* (U. Saripudin, Ed.; 1st ed.). Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN (PERSPEKTIF DIGITAL MARKETING)* (Fachrurazi & I. ketut Mulyana, Eds.). Eureka Media Aksara.
- CHO, B.-K., KIM, S.-H., & LEE, D. (2020). Effects of Dessert Café Environmental Characteristics on Overall Quality, Brand Image and Loyalty. *The Korean Journal of Franchise Management*, 11(3), 43–57. <https://doi.org/10.21871/kjfm.2020.9.11.3.43>
- Cynthia, V., & Arifiansyah, R. (2023). BULLET : Jurnal Multidisiplin Ilmu Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Tuku Grand Galaxy Bekasi. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 712–721. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/bullet>

- Ely. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Febrida, A., Ridwan, H., & Nastiti, H. (2020). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Thai Tea Pada Generasi Millennial. *Jurnal Business Management, Economic, and Accounting*, 1, 500–513.
- Ghefira, Q., Priyanto, E., & Amir, I. T. (2023). Pengaruh Atribut Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan Merek Indocafe di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 99. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.2878>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program AmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Undip.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Pengaruh Harga*, 2(1), 1–4.
- Gunawan, B. G., & Widoadmodjo, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Kopi Tuku di Tangerang dan Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 172. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.17844>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (Vol. 5).
- Istianti, W., Irianto, H., & Riptanti, E. W. (2023). The Purchase Decision to ABC Sauce in Kebumen Regency. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 12(1), 50–59.
- Khairunnisaa, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Perspektif *Human Capital Development*, 9(3), 16–27. [http://repository.radenintan.ac.id/16013/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/16013/2/PERPUS PUSAT BAB 1 DAN 5.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/16013/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/16013/2/PERPUS%20PUSAT%20BAB%201%20DAN%205.pdf)

- Kumparan. (2022). *5 Brand Kopi Indonesia dengan Kualitas Terbaik yang Laku di Pasaran*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/5-brand-kopi-indonesia-dengan-kualitas-terbaik-yang-laku-di-pasaran-1zDNayZIRIY/full>
- Megalita, E. V. (2023). PENGARUH WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK COKLAT “MADCO”(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Coklat “MADCO” Di Kota Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 5.
- Nicholas, J. M. L., & Edvin, F. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan brand image terhadap keputusan membeli di kopi kenangan pasar minggu. *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 180–189.
- Nimah, M., Nuringwahyu, S., & Hardati, R. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Indomie Kec. Jetis Mojokerto). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2), 165–170.
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 13–37.
- Nugraha, J. P. (2021). Sikap konsumen. In *Ekonomi*.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Prawita, D. W., Izaak, W. C., & Supriyono. (2023). The Influence of Product Difference, Price Determination, and Brand Image on the Purchase Decision of KFC Fast Food (Kentucky Fried Chicken) in Surabaya City. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(4), 1001–1016. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i4.5197>
- Prihastomo, G., & Usman, O. (2020). The Effect of Product Quality, Price, Promotion, and Lifestyle on Purchase Decisions to Drink the Coffee. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3510779>
- Purnamasari, M., & Saptadinata, A. (2023). Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi Di Lim Kopi Tangerang. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 8(3), 156–165. <https://doi.org/10.56743/jstp.v8i3.311>
- Rizal Hermawan, M., & Hadibrata, B. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Suasana Toko, Kualitas Layanan, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Dengan Sikap Intervening. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 2(8), 780–795. <https://doi.org/10.58344/locus.v2i8.1579>
- Romadloniyah, & Setiaji. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender. *Eeaj*, 9(1), 50–64. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37224>
- Rusnovia, H. (2023). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Sadikin, A., Misra, I., & Hudin, M. S. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis* (Sardimi, Ed.). K-Media.

- Sanjaya, L., Remmang, H., Ripal, T., Saleh, Muh. Y., Hasanuddin, A., Abubakar, H., Fajriani, Ruslan, M., Faisal, T. S., Abduh, T., & Chahyono, M. S. (2021). *Manajemen Pemasaran & Bisnis Perspektif Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan* (S. Mardjuni, F. Menne, H. Saleh, & S. Suriani, Eds.). CV. Berkah Utami.
- Sari, M. B., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 851–858. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2663>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sarjana, S., Widiana, I. N. W., Verawaty, Mashadi, A, M. U., Sisilia, K., Sidjabat, S., Utami, A. R., Raharto, E., & Fauzan, R. (2022). *Manajemen Pemasaran* (R. Wujarso & D. E. Putri, Eds.). Global Eksekutif Teknologi.
- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi*, 02, 201–212.
- Solomon, M. R. (2018). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. In *Essex: Pearson*. <http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D* (3rd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Studi Kasus*.
- Top Brand. (2022). *Top Brand Index Kategori Makanan dan Minuman*. Top Brand Award. www.topbrand-award.com
- Tuku Kopi. (2023). *Toko Kopi Tuku*. <https://www.instagram.com/tokokopituku/>
- Tursina, T., & Aminah, A. (2021). Pengaruh Kafein Terhadap Short Term Memory Pada Mahasiswi di Prodi Psikologi. *Jurnal Psikologi Terapan (JPT)*, 2(2), 27. <https://doi.org/10.29103/jpt.v2i2.3634>
- Wicaksana, S. A., Lunadevy, S. A., Mita, T. L., Soedira, V. G., Kartika, M. H., & Putri, D. N. W. (2022). *Perilaku Konsumen: Kunci Memenangkan Bisnis*.
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis Lanjutan* (H. Wijoyo, Ed.; Vol. 6, Issue August). INSAN CENDEKIA MANDIRI.
- Wulandari, N. T., Nuringwahyu, S., & ... (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kafe Om Kopi, Jl *JIAGABI (Jurnal Ilmu ...)*, 10(2), 94–100. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/12904%0Ahttp://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/download/12904/10070>
- Wulandari, R., & Calista, N. (2022). Factors that Affect Buying Decisions on Kopi Kenangan. *Enrichment: Journal of Management*, 12(4), 2670–2676.
- Zainurossalamia, S. (2020). Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi. In Hamdan (Ed.), *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August). Forum Pemuda Aswaja.