

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Managing Brand Equity*. The Free Press.
- 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), 96–107. <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Ariyuni, D., & Suhardi, Y. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir). *Jurnal STEI Ekonomi*, 22(11).
- Astusti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Bintarti, S., Kurniawan, E. N., Mardiputra, I. M., & Kirono, C. S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa. *Jurnal Pelita Ilmu*, 16(2), 78–83.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing* (8th ed.). Pearson Education. [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)
- Cynthia, V., & Arifiansyah, R. (2023). 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>
- Darwin, M., Mamondol, M., Sormin, S., & Nurhayati, Y. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif*. Media Sains Indonesia. <https://www.researchgate.net/publication/354059356>
- Dewi, P. E. D. M., Dewi, N. W. Y., & Devi, S. (2020). The Influence of Brand Image, Price Level and Word of Mouth on Purchasing Decisions for “Nau Coffee” SMEs Products (Study on Student of Accounting Department Universitas Pendidikan Ganesha). *Proceedings of the 5th International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management and Social Science (TEAMS 2020)*, 187–193. [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id),
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firaza, A. R. (2022). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan Di Depok*. UPN Veteran Jakarta.

*Belinda Putri Anggini, 2025*

**PENGARUH CITRA MEREK, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI TUKU**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Firmansyah, H., Nurrachmi, I., Umiyati, H., Ariyanto, A., Putra, A. R., & Rustandi, N. (2022). *Teori Marketing*. Widina Bhakti Persada. www.penerbitwidina.com
- Firmansyah, M. A. (2019a). *Pemasaran Produk dan Merek*. Penerbit Qiara Media.
- Gabriella, T. P., Ellitan, L., & Kristanti, M. M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen: JUMMA*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3946>
- Ghozali, I. (2021a). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris*. Penerbit Undip.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hardiansyah, M. M., & Khuzaini, K. (2024). Pengaruh Produk, E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Lorions Kopi Magetan). *JIRM: Jurnal Ilmu Riset Dan Manajemen*, 13(1).
- Hermawan, R., Kusyeni, RD., Saifullah, S., & Kurniawan, D. (2023). *Perilaku Konsumen 4.0* (E. Hermawan, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Hidayah, D., & Idris, I. (2020). Influence of Price, Product Quality, Location, Brand Image, and Word of Mouth on Purchasing Decisions at Bacarito Padang Cafe with Buy Interest as a Moderation Variable. *4th Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2019)*, 710–716.
- Hossain, Md. M., Kabir, S., & Rezvi, R. I. (2017). Influence of Word of Mouth on Consumer Buying Decision: Evidence from Bangladesh Market. *European Journal of Business and Management*, 9(12), 38–45. <https://www.researchgate.net/publication/317041087>
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., & Hanika, I. M. (2021a). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y., Slade, E., & Williams, M. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context*. Springer Nature. <http://www.springer.com/series/8860>
- Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2023). *Principles and Practice of Marketing* (10th ed.). McGraw-Hill Education.

- Junifanto, I., Agustina, T. K., & Handoko, Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Lifestyle, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan Di Surabaya. *JIRAM: Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(2).
- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021a). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Global. <https://support.pearson.com/getsupport/s/contactsupport>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson. <http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019a). *Marketing Management* (5th ed.). Pearson Education Ltd. [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)
- Kurniawan, G. (2017). *Peran Word Of Mouth, Kepercayaan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Pada Pengrajin Kampoeng Batik Jetis-Sidoarjo*. Mitra Sumber Rejeki.
- Limanseto, H. (2021). *Pemerintah Apresiasi Kolaborasi Mendorong Pertumbuhan Industri Kopi Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3342/pemerintah-apresiasi-kolaborasi-mendorong-pertumbuhan-industri-kopi-indonesia>
- Pahmi, P. (2024a). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat* (A. Karim, Ed.). Penerbit Nasmedia.
- Rahmawati, E. D. (2023a). *Manajemen Pemasaran*. PUSTAKABARUPRESS.
- Rosanti, N., Salam, K. N., & Panus, P. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365–375. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems360>
- Rose, T., & Nofiyanti, F. (2020). Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Kekinian di Jakarta. *LITERATUS: Literature for Social Impact and Cultural Studies*, 2(1), 40–51. <https://doi.org/10.37010/lit.v2i1.33>
- Sayekti, I. M. S. (2024, April). *Hadir di Korea Selatan, Toko Kopi Tuku Buka Kedai Pop-up Pertama di Luar Negeri*. Kementerian Perdagangan RI. <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/hadir-di-korea-selatan-toko-kopi-tuku-buka-kedai-pop-up-pertama-di-luar-negeri-1713404780>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti,

- Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding* (A. Sudirman, Ed.). CV. Media Sains Indonesia.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson. [www.pearson.com/mylab/marketing](http://www.pearson.com/mylab/marketing)
- Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). *Strategi Pemasaran*. Intelektual Karya Nusantara.
- Sugiyono, S. (2022b). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Alfabeta.
- Sutisna, S., & Susan, M. (2022). *Perilaku Konsumen sebagai Dasar untuk Merancang Strategi Pemasaran* (1st ed.). CV ANDI OFFSET.
- Utoyo, A. W., & Karlina, N. (2023). Examining Social Media Culture as The Tuku Coffee Shop's Brand Image on Instagram. *E3S Web of Conferences*, 426. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342602006>
- Winarno, P. S. (2018). The Effects Of Product Quality And Price On Buying Decision For Coffee Product At Strada Coffee, Semarang. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 5(2), 177–193.
- Wiridjati, W., & Roesman, R. R. (2018). Fenomena Penggunaan Media Sosial dan Pengaruh Teman Sebaya pada Generasi Milenial terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 275–290. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i2.2950>
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.