

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, G., & Ristanto, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1), 58-71.
- 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.
- Anggreini, R. D. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI POS KOPI ZIO KABUPATEN JOMBANG. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(2), 82-91.
- Ardansyah, A., & Saputra, R. A. (2024). The Influence Of Product Quality, Service Quality, And Price On Consumer Purchasing Decisions On Promise Soul Coffee Gedong Meneng, Rajabasa, Unila. *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*, 3(05), 559-577.
- Ardiyanti, Y., Apriliani, R. A. E. P., Efendi, B., & Nurhayati, E. C. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(2), 100-10.
- Ardyan, E., & Alamsyah, F. (2019). The impact of brand experience on consumer loyalty in local coffee shops: A case study of Kopi Kenangan. *Journal of Consumer Marketing*, 36(5), 121-135.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, M., Dewi, F. I. R., & Mardiatmi, A. B. D. (2023). *E-Marketing Konsep dan Transformasi Digital*.
- Aziz, S., Ikhwan, S., Riono, S. B., & Islami, N. (2023). The Influence of Product Differentiation Strategy, Brand Image and Price on Purchasing Decisions of Rajaswa Coffee Customers in Brebes County. *IJESSR: International Journal of Economics and Social Sciences Research*, 1(1), 1-13.
- Bulan, S. I. S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh penggunaan celebrity endorser Arief Muhammad di instagram terhadap brand image Erigo Store. *Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 322.
- Dahwilani, D. (2019). *Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia*. INews.Id.
- Dwi Anggreini, R., & Masruchan. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pos Kopi Zio Kabupaten Jombang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(2), 31-40.

- Emanuela. (2024, August 24). Nasib Kopi Indonesia: Primadona Dunia yang Tengah Terancam. CNBC Indonesia.
- Ghazali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halimah, Q. N., & Suharyati, S. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi kenangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 63-69.
- Hartati, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada Pt. Jafra Cosmetics Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 123-137.
- Haryoko, S., Bahartiar, & Fajar Arwadi. (2020). Analisis Data Penelitian (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis). Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Iftiharti, R. (2021, December 29). Tren Konsumsi Kopi Nasional. *The Economics*.
- Indahsari, L. N., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 1.
- International Coffee Organization (ICO). (2021). *Coffee Market Report: Production and consumption statistics*.
- Junifanto, I., Agustina, T., & Handoko, Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Lifestyle, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 2(1).
- Kamarul, Z., & Othman, M. (2018). Starbucks: Building a coffee experience. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(7), 1125-1135.
- Kharissa Vikar, Heru Irianto, & Raden Kunto Adi. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Surakarta, 9, 52–64.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & He, H. (2020). *Principles of Marketing, 8th European Edition (8th ed.)*. Pearson.

- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management* (4th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sheth, J. N., & Shainesh, G. (2022). *Marketing Management* (16th Ed.). Pearson.
- Kristopher, F., Sam'un, M., Putu, I., Wijaya, E., Studi, P., Universitas, A., Karawang, S., Ronggowaluyo, J. H., Timur, T., & Karawang Abstract, K. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan Cipayung Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(4), 308–316.
- Kusumaradya, N., & 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*, 828(1), 012060.
- Kusyana, D. N. B., & Pratiwi, K. A. (2019). Skala Pengukuran Kualitas Layanan: Sebuah Kajian Literatur. *Widya Manajemen*, 1(2), 21-39.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Munandar, A., & Erdkhadifa, R. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, Store Atmosphere, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warkop Kidol Lepen Tulungagung. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 2(1), 50–74.
- Nuryadi, & Astuti, T. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Pandiangan, K., Dwi Atmogo, Y., & Author, C. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4).
- Pasaribu, B. S., & Herawati, A. (2022). *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Tangerang: Media Edu Pustaka.
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023*. Tasikmalaya: CV Lentera Ilmu Madani.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Excellent*, 7(2), 143–152.
- Rahayu, E. S., & Nursanta, E. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian J. Co Donuts & Coffee.

- Rahim, R., Sa'odah, Tiring, S., Asman, Fitriyah, L., Dewi, M., & R, I. (2021). *Metodologi Penelitian Teori dan Praktik*. Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Rosalina, L., Oktarina, R., Rahmawati, & Saputra, I. (2023). *Buku Ajar Statistika*. Padang: CV. Muharika Rumah Ilmiah.
- Ruvio, A., & Iacobucci, D. (2023). *Consumer Behavior*. John Wiley & Sons.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Medan: KBM Indonesia.
- Sarwono, A. E., & Handayani, A. (2021). *Metode Kuantitatif*. Solo: Percetakan Kurnia Solo.
- Septiani, & Udayana, H. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(1), 63-71.
- Songgigilan, C., Tampi, J. R., & Walangitan, O. F. (2023). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kenangan di Kawasan Mega Mall. *Productivity*, 4(1), 100-111.
- Stephens, D. L. (2023). *Essentials of Consumer Behavior: An Applied Approach*. Routledge.
- Sudirman, Kondolayuk, M., Sriwahyuningrum, A., Cahaya, I., & Astuti, N. (2023). *Metodologi Penelitian 1*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Tauran, R. H., Andriani, D. R., Wahyuningtyas, A. S. H., & Isaskar, R. (2022). The effect of social media marketing on the purchase decision of Kooka Coffee Products using brand image as a mediation variable. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 22(3), 223-232.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (1st ed.)*. ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik (4th ed.)*. ANDI.

- Top Brand Index. (2022). Top Brand Index 2022.
- Univeristas Muhammadiyah Jember. (2023, November). Konsumsi Kopi Meningkat di Indonesia: Dampak Lingkungan dan Polusi Pengolahan Limbah.
- Wardani, R. K., & Manalu, M. (2021). Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(04), 88-95.
- Warganegara, T. L. P., & Safitri, D. (2023). Pengaruh Promosi Online dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk UMKM Kopi Kenangan Ruko Ahmad Yani di Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 521-529.
- Wargianto, W., & Wardana, A. E. (2022). The Effect Of Brand Image, Quality Of Service And Location On Purchase Decisions At Other Heart Coffee Stores. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3), 2465-2474.
- Wulandari, T. (2024). Pengaruh Brand Image, Variasi Produk, dan Price Fairness terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kopi Kenangan di Kota Kediri. 2(4).
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 472–481.