

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2011). Brand Relevance : Making Competitors Irrelevant. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–402.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-gene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Andriany, D., & Arda, M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks. *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 3(1), 186–197.
- Bae, J. H., & Jeon, H. M. (2022). Exploring the Relationships among Brand Experience, Perceived Product Quality, Hedonic Value, Utilitarian Value, and Brand Loyalty in Unmanned Coffee Shops during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 14(18).
<https://doi.org/10.3390/su141811713>
- Baihaqqy, M. R. I. (2023). *Manajemen Pemasaran (Marketing Mix dan Loyalitas)* (Issue September).
- Cahyani, Z. E., Ambarkahi, R. P. Y., Gemaputri, A. A., Retnowati, N., & Dhamayanthi, W. (2022). Analisis Loyalitas Konsumen Pada J.CO Donuts & Coffee Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 2(2), 59–66.
<https://doi.org/10.25047/jmaa.v2i2.25>
- Chang, W. J. (2021). Experiential marketing, brand image and brand loyalty: a case study of Starbucks. *British Food Journal*, 123(1), 209–223.
<https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2020-0014>
- Darwin, M. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (Issue June).
- Dr. Sutisna, SE., M. & P. dr. M. S. (2022). *Perilaku Konsumen sebagai dasar.pdf*.

- Fani, F. Y. (2024). *Pengaruh Brand Image , Service Quality dan Price terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Kopi Janji Jiwa*. 2(3).
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Ferdinand.pdf*.
- Firmansyah, H., Nurrachmi, I., Umiyati, H., Ariyanto, A., Ranggana Putra, A., Rustandi, N., Trenggana, A., Syahputra, Rahayu, D., Suherman, A., Huda, A., Buhanudin, J., Pratiwi, C., Pertiwi, W., Fatira, M., & Yudawisastra, H. (2022). Teori Marketing. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares (SmartPLS 3.2.9)* (p. 305).
- Hair et al. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (Issue July). https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Hanif, M. F., & Prakoso, F. A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis dan Birokrasi. Seminar Nasional LPPM UMMAT*, 2(April), 61–70.
- Hardani et al. (2020). METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF. In *CV. Pustaka Ilmu* (Vol. 5, Issue 1).
- Hery, dr. H. C. (2022). *dasar dasar marketing.pdf*.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan - - Google Books. In *Unitomo Press* (p. 61).
- Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2023). *Principles and Practice of Principles and Practice of Marketing Marketing*.
- Khattiyasuwan, S. (2023). Factors Influencing Customer Loyalty to Coffee Shops in Pranakhon Si Ayuthaya Province. *Rajapark Journal*, 17(50), 411–427.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of*. Pearson

Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Management*.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management (16th ed.)* (16th ed.). Pearson Education.

Lawrance, N. L., Suardana, I. M., & Asdiansyuri, U. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi pada Kopi Living Mataram. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 132–140. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i3.16>

Loestefani, V., Poan, R., Rahardjo, B. S., & Wardhana, A. K. (2022). Service Quality and Product Quality as An Influence on Customer Loyalty at Naturalis Koffie. *FIRM Journal of Management Studies*, 7(2). <https://doi.org/10.33021/firm.v7i2.3876>

M. Anang Firmansyah. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 143–144.

Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 524–537.

Maulidio, D. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA AMSTIRDAM COFFEE DI MALANG. *Jurnal Investasi*, 4(2), 14. <https://doi.org/10.31943/investasi.v4i2.12>

Muslimah, I., Sikki Manggabarani, A., & Gunaedi Argo, J. (2021). Analisis Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen Online Shop NWE label. *Analisis Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Dan Loyalitas Konsumen Online Shop NWE Label*, 2, 1–17.

Nilamanda, C., & Prabowo, Budi, 2023. (2023). Pengaruh Kualitas Produk,

Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Pengguna Produk *Jurnal EMBA: Jurnal Riset ...*, 4(4), 3681–3687. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43592%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43592/42597>

Nurbaiti. (2022). *ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI AMARO COFFEE SHOP*. 19(5), 1–23.

Nurhidayah, A., Yuliniar, & Pangestuti, D. C. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan. *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2(No.1).

Nurwulandari, A., & Maharani, S. (2021). Pengaruh Harga, Produk, Distribusi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Coffee 19 Café. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 5(3), 465–493.

Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. https://www.google.co.id/books/edition/KUALITAS_PRODUK_DAN_HARGA_MEMPENGARUHI_M/H9T9EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Pandey, R., Ganatra, V., Jamnik, S., Goel, P., Goyal, P., Xuan, C. L., Kee, D. M. H., Mein, H. H., En, L. X., & Zen, L. J. (2021). An Empirical Study on Customer Satisfaction, Perception, and Brand Image in Starbucks Coffee in India, Asia. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*, 4(1), 53–63. <https://doi.org/10.32535/ijthap.v4i1.1021>

Rahma, S. A., & Daryanto Seno, A. H. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Peacockoffie Gombel Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3), 1213–1220. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31770>

Rahmawati, E. D. (2023). *Manajemen Pemasaran Esti.pdf* (p. 163).

Reykhana, M., & Dr. Wahdiyati Moko,. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Citra*

- Merek, Persepsi Harga Dan Kelompok Referensi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kopi Kenangan Di Kota Malang)*. 01(1), 80–91. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/197334/>
- Rudianto Hermawan, SE, M. R., Kusyeni, SAP, M., Dr. Saifullah, SH., M. M., & Deny Kurniawa, S.T., M. . (2023). *Perilaku Konsumen*.
- Sabar, N., Nirwana, T., & Riduan, T. (2021). Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli. In *Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli* (Vol. 2).
- Saragih, G. S. (2024). *Tradisional vs Digital*.
- Sitorus, S. A., & Al., E. (2020). Brand Marketing: the Art of Branding. In *Cv. Media Sains Indonesia* (Issue January).
- Slamet, R., & Aglis, A. H. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen. In *Deepublish* (p. 373).
- Solomon, M. (2020). Consumer Behavior Buying, Having, and Being. In *Pearson* (Issue April).
- Sombolinggi, J., Mamuaya, N., & Legi, M. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan TOP Coffee Toraja pada masyarakat Kota Manado. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 78–90. <https://doi.org/10.53682/mk.v2i1.963>
- Sugiyono. (2022). *metode kuantitatif sugiyono 2022.pdf* (p. 527).
- Suhandy, W., & Widoatmodjo, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Janji Jiwa. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Issue 2, p. 201). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.17927>
- Utama, W. P., Andhika, B. R. D., Fahrian, A. R., & Luthfiah, S. (2024).

Pengaruh Kualitas Produk, Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 3(2), 130–138. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v3i2.6291>

Wahyuni et al. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat pada Konsumen Tiket.Com. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 11(1), 16–30. <https://doi.org/10.54131/jbma.v11i1.186>

Wijayanti, H. (2023). *BUKU PINTAR (Dasar -dasar Mrketing) Hasna Wijayanti 2023.pdf*.

Zaini Miftach. (2024). *LOYALITAS PELANGGAN*.

Zeithaml et al. (2018). Services marketing. In *Business Horizons* (Vol. 51, Issue 3). <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.01.008>