

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Buchari, A. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Danandjaja. (2011). *Dalam Peranan Humas dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hairunnisa. (2015). *Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Halim, P. d. (2014). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Quality of Service to Customer Trust and Implication on Customer Loyalty . *European Journal of Business and Management*, 29.
- Hermawan, K. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Jefkins, F. (2002). *Public Relations*. Jakarta: Airlangga.
- Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Airlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Jiid I, Edisi Milinium*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P. (2013). *Marketing Manajemen 11th Edition*. New Jersey: Prentince Hall.
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunkasi: Disertai dengan Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Adertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2010). *Tenik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Cetakan ke-6*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lamb, C. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: PT Salemba Empat.

Rida Nur Pratiwi, 2020

PENGARUH CITRA MEREK KOPI KENANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OLEH KONSUMEN(Survei Terhadap Followers Instagram Kopi Kenangan)
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Mastern, J. E. (1979). *Modern Public Relations*. New York: McGraw-Hill.
- Morisan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: KENCANA.
- Rachmat, J. (1997). *Metode Penelitian*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai dengan Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Soleh Soemirat, E. A. (2007). *Dalam Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Supranto, & Limakrisma, N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Surahman. (2008). *Dasar-dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Swasty, W. (2016). *Branding : Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syafiie, I. K. (1994). *Etika Pemerintahan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, f. (2005). *Brand Management and Strategy*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2011). *Startegi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2015). *Dalam Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Untari, S. (2006). *Ilmu Pemerintahan*. Malang: FIP-UM.
- Wibisono, Y. (2015). *Metode Statistik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Widjaja. (1999). *Etika Pemerintahan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wilson, J. S., & Blumental, I. (2008). *Managing Brand You: Seven Steps to Creating Your Most Successful Self*. New York: Amacom Books.

Website :

<http://ditjenppi.kemendag.go.id/index.php/apec-oi/organisasi-komoditi-internasional/ico> dipetik 11/09/2019 pukul 22.28

<https://www.idntimes.com/news/indonesia/margith-juita-damanik/edward-tirtanata-pemilik-kopi-kenangan-kopi-untuk-mengenang-mantan/full> dipetik pada tanggal 11/09/2019 pukul 23.00

<https://id.techinasia.com/kopi-kenangan-pendanaan-tahap-awal> dipetik pada tanggal 11/09/2019 pukul 23.24

Kopikenangan.com dipetik pada tanggal 11/20/2019 pukul 21.05

<https://economy.okezone.com/read/2019/10/29/320/2123068/targetkan-buka-250-toko-di-2019-bos-kopi-kenangan-saat-ini-baru-154-toko?page=2> dipetik pada tanggal 11/20/2019 pukul 21.47

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180825082320-262-324819/racikan-legit-kopi-susu-kekinian> dipetik pada tanggal 11/29/2019 pukul 14.34

<https://food.detik.com/berita-boga/d-4729089/rayakan-hari-kopi-sedunia-kopi-kenangan-siap-buka-ribuan-gerai> dipetik pada tanggal 11/29/2019 pukul 15.01

<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200515/52/1240952/tiga-jurus-kopi-kenangan-bertahan-di-tengah-pandemi-virus-corona> dipetik pada tanggal 24/07/2020 pukul 11.37

Jurnal :

Lingga, R. U. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan menggunakan Hotel Amaris di Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 400-414.

Rida Nur Pratiwi, 2020

PENGARUH CITRA MEREK KOPI KENANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OLEH KONSUMEN (Survei Terhadap Followers Instagram Kopi Kenangan)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. 60-69.
- Prasetya, G. E., Yulianto, E., & Sunarti. (2018). Pegaaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2014 Konsumen Air Mineral Aqua). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 214-221.
- Wulandari, D. A., & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike. *Jurnal Computech & Bisnis*, 47-58.