

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni. 2020. Pengaruh Promosi Diskon Dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Hypermart Ptc Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. 7
- Apriyani, Y. 2013. Pengaruh *Brand Image*, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen. Universitas Negeri Padang*. 2 (1).
- Darmajaya, I.B.D., dan T.G.R, Sukawati. 2018. Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. 7(12): 6391-6419.
- Euis, S. 2008. Analisis Industri Ritel di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 15(2): 128-142.
- Febriana, F. D., dan R.E, Prabowo. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Tanam *Coffeeshop* Kaligarang Semarang. *Jurnal Mirai Management*. 7(1): 298-306.
- Fitria, E. 2018. Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus J-Co Suzuya Mall Rantauprapat). *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*. 5(2):1-14.
- Ghozali, I. 2013. *Structural Equation Modeling: Alternative Method with Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariadi, D. 2012. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. 1(8).
- Hastuti, M.A.S.W., dan M. Anasrulloh. 2020. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*. 8(2): 99-102.
- Indrawati, F. 2018. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening di Cincau Station Surabaya. *Agora* 6(2).
- Imani, R. P. 2022. Fenomena Pemasaran Konten Media Sosial, *Word Of Mouth*, *Customer Experience* Dan *Etnosentrisme* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kedai Kopi Kenangan Di Dki Jakarta (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Juliandi, A., dan S, Manurung. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Umsu Press.

- Kompas.com. 2021. Jadi Unicorn, Kopi Kenangan Targetkan Punya 1.000 Gerai di Tahun 2022.
- Kumparan. 2020. Tren Minum Kopi Sebagai Gaya Hidup. 19 Januari 2023 (20:15).
- Kotler dan Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_ dan Armstrong. 2016. *Manajemen Pemasaran. Edisi II*. Jakarta : PT. indeks. Lembang.
- Kotler, P., dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management (15th ed.)*. New Jersey : Prentice Hall, International, Inc.
- Laisina, N. J. M., dan E, Fairliantina. 2022. Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan brand image terhadap keputusan membeli di kopi kenangan pasar minggu. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*. 1(4): 180-189.
- Machfiroh, I. S. 2018. Keterkaitan Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada EMAK DI Fried chicken Pelaihari. *Jurnal Humaniora Teknologi*. 4(1).
- Mariansyah, A., dan A. Syarif. 2020. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen Cafe Kabalu. *Seminar Ekonomi Dan Bisnis Global*.
- Nasution, A. E., L.P, Putri., dan M.T, Lesmana. 2019. Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*. 1 (1) : 165-173.
- Parasayu, D. A., dan W, Widayanto. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Goreng Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 5(4): 94-103.
- Putri, R. A. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian di Mediasi *perceived Value* Pada Konsumen Coffee Shop di Medan (Doctoral dissertation).
- Rosnita, M., A, Widarko., dan B, Wahono. 2021. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kedai Pesen Kopi Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. 10(11).
- Rose, T., F. Nofiyanti., dan S.T.P. Trisakti.2020. *Brand Image of Interest in Buying Current Coffee Consumers in Jakarta*.
- Rosvita. D. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Cuaca terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro). *Tesis*. Program Studi Magister Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.

Sugiyanto, W. K. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Nestle Indonesia. Skripsi Respositari. 136 (1):510–524.

Zulfadly, E. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Yakult Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*. 2(01).

