

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama. Alfabeta.
- Bernarto, I., Berlianto, M.P., dkk. (2020). *The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty*. *Jurnal Manajemen Universitas Tarumanagara*, 24 (3), Oktober 2020.
- Chinomona, R., & Maziriri, E.T. (2017). *The Influence Of Brand Awareness, Brand Association And Product Quality On Brand Loyalty And Repurchase Intention: A Case Of Male Consumers For Cosmetic Brands In South Africa*. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, 12 (1), Oktober 2017.
- Damayanti, E.R & Sulaeman, E. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Karawang*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Januari 2023, 9 (2), 162-176.
- Databoks.id (2023). “7 Kedai Kopi Terfavorit”, diakses 15 Jan 2023 dari databoks.katadata.co.id.
- Dewi, L.G.P.S., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia*. *Jurnal Universitas Kristen Petra*, 76, 01023, (2020).
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati. (2015). *Metodologi Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Refika Aditama.
- International Coffee Organization (ICO). (2023). “Jumlah Konsumsi Kopi di Indonesia”, diakses 10 Jan 2023 dari <https://www.ico.org>.
- Kotler & Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran Edisi 15*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

- Lisa, A. (2020). *Pengaruh Harga, Citra Merek (Brand Image), Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo Di Kalangan Mahasiswa FEBI UIN AR-RANIRY Banda Aceh*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020.
- Muthia, N.D. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk MS Glow*. Telkom University, 2022.
- Ningtyas, D. A., & Noorrosyad, U. (2021). *Hubungan Brand Image dengan Keputusan Pembelian (Studi Korelasi Brand Image dengan Keputusan Pembelian Sepatu Adidas di Kalangan Atlet Pelatihan Daerah Jawa Barat)*.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y.D. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*,
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Primadasari, A., & Sudarwanto, T. (2021). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 23 (3) 2021, 413-420.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya. Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rahmadani, S. (2017). *Pengaruh Brand Loyalty, Brand Association, Brand Awareness, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa GO-JEK (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN-SU)*. UIN Sumatera Utara, 2017.
- Rangkuti, F. (2019). *The Power Of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif SPSS*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Grup.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:
- Sumarwoto, K. (2018). *Pengaruh Brand Loyalty, Brand Image, Dan Perceived Quality Terhadap Ekuitas Merek Perbankan Syariah (Studi Pada*

- Nasabah Perbankan Syariah Di DKI Jakarta*). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018.
- Susilowati, E., & Sari, A.N. (2020). *The Influence Of Brand Awareness, Brand Association, And Perceived Quality Toward Consumers' Purchase Intention: A Case Of Richeese Factory, Jakarta*. Independent Journal of Management & Production, 11 (1) (2020).
- Świtala, M., & Gamrot, W., & Reformat, B. (2018). *The Influence Of Brand Awareness And Brand Image On Brand Equity – An Empirical Study Of Logistics Service Providers*. Journal of Economics and Management, 33 (3), 2018.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta.
- Top Brand Award.com (2023). “Penghargaan top brand award kategori Makanan dan Minuman”, diakses 15 Jan 2023 dari <https://www.topbrand-award.com>.
- Utomo, I. W. (2017). *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda)*. Jurnal komunikasi.
- Vikar, K., Irianto, H., & Adi, R.K. (2021). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Surakarta*. Jurnal AGRISTA, Desember 2021, 9 (4), 52-64.
- Widodo, (2017). *Metodologi Penelitian Populer Dan Praktis*. Rajagrafindo.
- Wowor, C.A.S., Lumanauw, B., & Ogi, I.W.J. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (EMBA), 9 (3), (2021).
- Zahroh, A., & Dwijayanti, R. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa Di Royal Plaza Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 8 (2), 868–874.
- Zia, K. (2018). *Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Rabbani di Kota Jambi*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2018.