

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. (2014). *Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE.
- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed.1. Yogyakarta: ANDI.
- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I*. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Armstrong, Kotler. (2015). “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*” , England : Pearson Education, Inc.
- Andi. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arista, D., Dolorsa, E., & Suharyani, A. Analisis Karakteristik Responden Kopi Bubuk Instan Indocafe di Kota Pontianak. *Jurnal Sains Mahasiswa Pertanian*, 9(2).
- Badan Pusat Statistik. (2021). “Rata-Rata Pengeluaran Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Jadi Per Kabupaten Kota”. <https://www.bps.go.id/indicator/5/2123/1/rata-rata-pengeluaran-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2022 pada pukul 8.20 WIB.
- Bilson, Simamora. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Buchari, Alma. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan Kesembilan*. Alfabeth. Bandung.
- Bungin, Burhan. (2014). *Penelitian Kualitatif* . Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Danang Sunyoto. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS.

- Destriasari, D., Hartini, S., Wihartika, D., & Hasrul, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Klasik Coffee & Breakfast (Studi kasus pada konsumen Klasik Coffee & Breakfast). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 6(4).
- Dewatmaka, P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Top Coffee DEWATMAKA, P. (2020). (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Kopi Instan di Wilayah Kelurahan Gunung Sahari Selatan, Jakarta Pusat) (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Dharmmesta, B.S., Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Dhaniel, H. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Purchase Intention Kopi Bubuk Instan Indocafe di Kota Payakumbuh (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ervina, V. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Merek Moola Pedawa (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Fadilatunnisa, S. (2022). Pengaruh Atribut Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie Di Perumahan Puri Juanda Regency Kota (Doctoral dissertation, Universitas Satya Negara Indonesia).
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi III*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Fandy. Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia
- Falk, R. F. & Miller, N., (1992). *A Primer for Soft Modeling*. Akron: University of Akron.
- Faris, M. (2018). Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian kopi instan di Luwes Grup Kota Surakarta.
- Gauri, J. (2022). Pengaruh label halal, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian Luwak White Koffie pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).
- Ghodang, Hironymus dan Hantono. (2020) *Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS*. Medan: PT.Penerbit Mitra Group.

- Ghozali, Imam. (2006). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2009). “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*“. Semarang : UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang Harnanto. 2017. Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis. Yogyakarta: BPF.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS)*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ginting, N. F. H. (2011). *Manajemen Pemasaran cetakan ke-1*. Bandung: CV Yrama Widya.
- International Coffee Organization (ICO). (2020). “Produksi Kopi Pada 2020 Indonesia Urutan Berapa”. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/brasil-rajai-produksi-kopi-pada-2020-indonesia-urutan-berapa>. Diakses pada tanggal 13 April 2022 pada pukul 10.30 WIB.
- Iwan, I., & Saputra, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada Pt Prima Bintang Distribusindo. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 17-24.
- Kanuk, Schiffman. (2011). *Faktor-faktor pembentuk citra merek*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kementrian Pertanian. (2018). “Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi mencapai 370 Ribu Ton ”. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>, Diakses pada tanggal 15 Mei 2022 pada pukul 09.00 WIB.
- Khumairo, K., Lukiana, N., & Kasim, K. T. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang. In *Proceedings Progress Conference* (Vol. 1, No. 1, pp. 262-270).

- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing. 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Maghfur, A., & Amar, M. (2021). Pengaruh citra Merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Luwak White Koffie: Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Machfoedz, M. (2013). *Pengantar Pemasaran Modern*. Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN, Yogyakarta.
- Mahanum, M. (2021). *Tinjauan Kepustakaan. ALACRITY: Journal of Education*, 1-12.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43-54.
- Nuramndani, R. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Mix (Studi Pada Mahasiswa STIE Putra Bangsa) (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Pabesak, U. (2019). Analisis Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Produk Kopi Saset Di Kota Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

- Prayoga, S. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan Indocafe (Studi Pada Sakinah Supermarket Surabaya) (Doctoral dissertation, UPN" Veteran" Jawa Timur).
- Putra, G. H. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UMKM Kopi Bali Mustika (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Ramdhany, A. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan Good Day (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur) (Doctoral dissertation, UPN" Veteran”Jawa Timur).
- Safitri, J. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Instan Nescafe Pada Kecamatan Minas Kabupaten Siak (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Santoso, I. (2017). The analysis of the role of instant coffee price and quality in consumer preference and purchasing decision, in Malang, using partial least square method. *Wacana Journal of Social and Humanity Studies*, 20(1).
- Sarwono, Jonathan. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: ANDI.
- Shimp, Terence. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 1. Terj. Revyani Sahrial, Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019).*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, Sumadi. (2004). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, Fandy., & Gregorius Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta:Andi offset.

- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*. Yogyakarta. Andy.
- Viot, (2007). *Effect of Inner and social dimension of brand image on consumer attitude toward brand extension*.
- Wicaksono. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Jakarta
- Zaenuri, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie. *Kinerja*, 2(02), 77-92.