

DAFTAR PUSTAKA

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KAOS 3D MERK GENETHICS, MUHAMAD TAUFIK HERMAWAN, 2015.

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI NILAI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK PRIVATE LABEL HYPERMARKET CARREFOUR DI KOTA SEMARANG, JOHANES SAKTIAWAN PURBA, 2012.

GAYA HIDUP MINUM KOPI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI (STUDI KASUS PADA KOPI KENANGAN GANDARIA CITY- JAKARTA), SELVI DAN LESTARI NINGRUM SEKOLAH TINGGI PARIWISATA TRISAKTI, 2020.

PENGARUH MARKET MAVENISM BRAND ATTITUDE TERHADAP VIRAL INTENTION DENGAN MEDIASI POSITIVE EMOTION (STUDI PADA KOPI KENANGAN), ANGRITO, RYAN PUTRA DAN PRADIPTA, VANESSA INDAH DAN WULANDARI, CRISTINA CLAUDIA (2020)

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS KOPI KENANGAN DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS, SCELLY ALVIONITA CHAYADI, RIRIS LOISA, SUDARTO, EISSN 2598-0777

WIDIAWATI, 2018 PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OPPO SMARTPHONE

<http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/43499>

<http://repository.unmuha.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/319/15.%20BAB%20II.pdf?sequence=16&isAllowed=y>

<http://eprints.umg.ac.id/2229/4/BAB%20III.pdf>

http://repository.stiewidyagamalumajang.ac.id/674/3/Bab%202_watermark.pdf

<https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/1284/BAB%20II.pdf?sequence=9&isAllowed=y>

https://repository.unsri.ac.id/11231/3/RAMA_69201_07021281320005_31126609_0005118401_03.pdf

https://sc.syekhnurjati.ac.id/esscamp/files_dosen/modul/Pertemuan_6CD0500350.pdf

<http://repository.untag-sby.ac.id/3339/2/BAB%20I-converted.pdf>

file:///C:/Users/samsung/Downloads/20.04.3081_bab1.pdf

<https://www.coursehero.com/file/52316890/tugas-marketing-2docx/>