

DAFTAR PUSTAKA

- Arshad, Rizwan. (2014). Perceived Service Quality and Customer Satisfaction with Mediating Effect of Purchase Intention. *Academy of Contemporary Research Journal*, 3(2); 40 – 49.
- Atmodjo, M. (2005). Restoran dan Segala Permasalahannya, (Edisi 2). Andi Yogyakarta.
- Darmadi, H. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Sosial. Alfabeta Bandung.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gupta, A. (2021). Effect of Brand Image on Consumer Buying Behaviour. *Jurnal SSRN*, 8(2); 74 – 92.
- Halupi. (2014). Varietas Kopi Liberika Anjuran Untuk Lahan Gambut. *Jurnal Warta Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia*, 26(1); 1 – 6.
- Handayani, Vina. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Luxio. *Jurnal Sain dan Manajemen*, 3(2); 57 – 68.
- Huda, Nurul. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar. *Jurnal Lembaga Keuangan Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2 (1); 37 – 43.
- Kopi Kenangan. (2023). Outlets Kopi Kenangan 2023. <https://kopikenangan.com/outlets>.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jilid 1.) Erlangga Jakarta.
- Kotler, P. dan Kevin L. Keller. (2009). Manajemen Pemasaran, (Edisi 13, Jilid 2). Erlangga Jakarta.
- Kurniawan, A. dan Ridlo, M. (2017). Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi. *Jurnal Dilema*, 32(1); 9 – 14.
- Liany, F. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Minuman Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen di Yellow Truck Coffee Bandung. Skripsi Publikasi.
- Lukitaningsih. (2021). Warung Kopi sebagai Ruang Publik dari Masa ke Masa di Kota Medan. *Jurnal JUPIIS*, 13(1); 10 – 19.

- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 1(2); 71 – 83.
- Musay, Fransisca P. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2).
- Najiyati, S. dan Danarti. (2001). *Budidaya Kopi dan Penanganan Pasca Panen*. Penebar Swadaya Jakarta.
- Oldenburg, R. (2001). *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and other Hangout at The Heart of a Community*. Da Capo Press London.
- Perdana, R. (2010). Pengaruh Citra Merek, Perceived Quality dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Merek Lifebouy (Studi pada Pengguna Shampoo Lifebouy di Kota Semarang). Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta Bandung.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. (2022). *Statistik Pertanian 2022*. Sekretariat Jenderal – Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Raharjo, P. (2017). *Berkebun Kopi*. Penebar Swadaya Jakarta.
- Safarudin, Yogatama dan Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2); 85 – 104.
- Saleh, M. dan Said, Mia.. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV. Sah Media Makassar.
- Sari, Aditya J. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambasaador UMKM Ngundi Rejeki Kelorida. *Jurnal Al-Kharaj*, 4(2); 308 – 327.
- Schiffman, L and Kanuk, Leslie Lazar. (2010). *Consumer Behaviour*, (10th Edition). Pearson Education New Jersey.
- Sudarsono, A.T. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi pada Kedai Sehari Sekopi Sidoarjo. *Jurnal Agriscience*, 2(2); 408 – 427.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.

- Siyoto, S. dan M. Ali Sodik. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Literasi Media Publishing Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran, (Edisi III). Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2011). Service Management Mewujudkan Layanan Prima, (Edisi 2). Andi Yogyakarta.
- Top Brand Award. (2024). Top Brand Index Fase I 2024 Kategori Kedai Kopi. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Utama, Rahmad F. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Kopi Wine CK Street. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Wijaya, L. dan Rizka, L. (2021). Studi Brand Positioning Toko Kopi Kekinian di Indonesia. Jurnal Eqien, 8(1); 78 – 85.
- Zahra, R. dan Rina, Nofha. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoufit di Kota Bandung. Jurnal Lontar, 6(1); 43 – 57.