

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. Free Press.
- Anang, F. (2018). *Pengantar Manajemen. Edisi ke-1*. Deepublish.
- Anhar, A., dan Vivi, N. S. (2025). Pengaruh Brand Image dan Promosi Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Studi Kasus pada Balisijuk.Id Payakumbuh. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*.
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., and Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Arifen. (2019). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Ilmu Administrasi*.
- Astuti, P., dan Vildayanti, A. R. (2025). Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian: (Studi pada Konsumen Gen-Z Kopi Kenangan di Kota Tangerang). *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital*.
- Bambang, P., dan Lina, M. J. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Beichert, M., Bayerl, A., Goldenberg, J., and Lanz, A. (2024). Revenue Generation Through Influencer Marketing. *Journal of Marketing*.
- Chaffey, D., and Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing 6th Edition: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Chaffey, D., and Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, implementation and practice (7th ed.)*. Pearson Education.
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach To Structural Equation Modeling*. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295-336). Lawrence Erlbaum Associates.
- Darmawan. (2020). *Dasar-Dasar Memahami Rasio dan Laporan Keuangan*. CV. UNY Press.

- Databoks. (2024). Ini Gambaran Produksi, Ekspor, Konsumsi Kopi Indonesia Hingga 2026.
- Databoks. (2024). Seberapa Sering Gen Z Minum Kopi? Ini Surveinya.
- Diana, M. F., Wiryaningtyas, D. P., dan Harisandi, Y. (2022). Pengaruh Promosi Online dan Keragaman Produk dalam Menentukan Kepuasan Konsumen Pada Healthymask.Idn dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*.
- Efendi, O., dan Giyana, G. (2025). Persepsi Gen Z terhadap Penggunaan Social Media Marketing Sebagai Media Komunikasi dalam Proses Keputusan Pembelian Kopi Kenangan. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*.
- Fakih, M. (2016). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Pustaka Pelajar.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*.
- Frea, S., dan Nuruni, I. K. (2023). Pengaruh Brand Image dan Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Starbucks Coffee Surabaya MERR). *Jurnal Manajemen dan Sains*.
- Gerung, C. J., Sepang, J., dan Loindong, S. (2017). Pengaruh Variabel Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., dan Latan, H. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I., dan Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. BP Undip.
- Ghozali, I., dan Latan, H. (2020). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Edisi 2*. Badan Penerbit - Undip.
- Gunawati, Y. (2022). Pengaruh Iklan Media Elektronik, Brand Ambassador dan, Brand Image terhadap Minat Beli (Studi Kasus Konsumen Mie Lemonilo di Kota Surakarta). *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadir*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E. (2010). *Analisis Data Multivariat*. Edisi ke-7. Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2019). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). *Sage Publications*.
- Hamid, R. S., dan Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS, LISREL, PLS*. PT Raja Grafindo Persada.
- Islamiyah, D., Kurniati, R. R., dan Kridianto, D. (2020). Analisis Pengaruh Celerity Endorser dan Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian Pada Online. *Jiagabi*.
- Islami, N. (2016). *Generasi Z: Karakteristik dan Tantangan Pendidikan*. *Jurnal Pendidikan Islam*.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management (2nd Ed.)*. Prentice Hall.
- Khalid, K., dan Lucio, L. (2023). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Promotion on Product Purchase Decisions. *Journal of Digitainability*.
- Khoirulloh. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pembelian Sebagai Variabel Intervening.

- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13)*. Jilid 1. Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson Education.
- Kurniawan, A. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Kusbiyanto, A. (2021). Gaya Hidup Nongkrong Generasi Z di Coffee Shop. *Jurnal Komunikasi*.
- Lasut, H., Runtuwene, J., dan Tumbel, T. (2017). Pengaruh Usia, Pendidikan, dan Pendapatan terhadap Pola Konsumsi Masyarakat. *Jurnal EMBA*.
- Malini, H. (2021). *Gaya Konsumsi dan Perilaku Konsumen Generasi Z di Warung Kopi*. In Prosiding Seminar Nasional SATIESP.
- Maulana, A. (2018). *Pengantar Akuntansi*. Deepublish.
- McCausland, K., Wolf, K., Freeman, B., Leavy, J. E., Leaver, T., Chih, H., Mullan, B. A., Girdler, S., Peaty, G., Chenery, M., and Jancey, J. (2025). *Protocol for a Wait List Randomised Controlled Trial: Using Social Media for Health Promotion, Communication And Advocacy*.
- Mubarak, F. M., Basalamah, M., dan Perdana, H. A. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kota Makassar. *Journal of Management*.
- Muslimin, Z., dan Saputra, K. M. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha UMKM Sederhana (Studi Kasus Desa Konda Kecamatan. Konda). *Sultra Journal of Economic and Business*.
- Nurul, I., dan Andyan, P. (2023). Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Trust Against Kopi Kenangan Purchasing Decisions in West Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Oktoriadi, O., dan Candra, Y. (2025). Pengaruh Iklan Online dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada Kopi Kenangan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*.

- Oswaldo, I. G. (2022). *Profil dan Sejarah Kopi Kenangan yang Pecahkan Rekor MURI*.
- Peng, L., Adeel, I., Ayub, A., and Rasool, Z. (2024). Investigating The Roles of Word of Mouth and Brand Image Between Social Media Marketing Activities and Brand Equity. *SAGE Open*.
- Putri, N., Hatta, H. I., dan Noor, S. L. (2024). Pengaruh Promosi Online dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen pada Akun Instagram “@Crsl.Store”. *Jurnal Universitas Pancasila Ekonomi dan Bisnis*.
- Putri, R. (2021). Gaya Hidup Konsumsi Kopi Generasi Z di Kota Besar. *Jurnal Sosiologi*.
- Ramadhika, R. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Manajemen*.
- Rehman, F. U., dan Al-Ghazali, B. M. (2022). Evaluating The Influence of Social Advertising, Individual Factors, and Brand Image on the Buying Behavior toward Fashion Clothing Brands. *SAGE Open*.
- Rosida, R., dan Haryanti, I. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Nithalian Colletion Bima. *Journal of Bussines and Economics Research*.
- Salsabilah, F. F., dan Wardani, I. K. N. (2023). Pengaruh Brand Image dan Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Starbucks Coffee Surabaya MERR). *Jurnal Manajemen dan Sains*.
- Sarippudin, A., Fitriani, I. D., dan Zulkarnaen, W. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Samsung di ITC Kebon Kalapa Bandung. *Jurnal SEMAR: Sain Ekonomi Manajemen dan Akuntansi Rivi*.
- Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour (10th Ed)*. Pearson Prentice Hall.
- Sholihin, M., dan Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis Edisi 2*. Andi Offset.

- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sinambela, L. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Singh, A. P., and Dangmei, J. (2016). Understanding The Generation Z: The Future Workforce. *South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies*.
- Sinha, S. K., and Verma, P. (2020). Impact of Sales Promotion's Benefits on Perceived Value: Does Product Category Moderate the Results? *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- _____. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed.)*. Alfabeta.
- Sulianta. (2014). *101 Jurus Promosi Online Paling Top*. Elex Media Komputindo.
- Suryani, S. (2023). Strategi Pemasaran Kopi Kenangan dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Syafaruddin, M. (2024). Menggeliatnya Kafe di Surabaya: Beragam Konsep Baru untuk Pencinta Kopi. *Radarsurabaya.net*.
- Syahril, M. A. S., dan Syahreza, D. S. (2025). Pengaruh Store Atmosphere dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Niscala Coffee. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*.
- Top Brand Index. (2025). *Komparasi Brand Index Minuman dan Makanan*.
- Trisnadewi, I. G. A. M. I., Febianti, F., dan Suarmana, I. W. R. (2022). Pengaruh Brand Image dan Iklan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*.

- Warganegara, T. L. P., dan Safitri, D. (2023). Pengaruh Promosi Online dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Produk UMKM Kopi Kenangan Ruko Ahmad Yani di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*.
- Wardani, N. K., dan Daniar, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Instagram pada Keputusan Membeli Produk Skincare Saat Pandemi. *SNADES*.
- Widjaja, Y. R., dan Rahmat, F. D. J. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung*. Ekspansi.
- Wulansari, R., dan Dewi, W. K. (2024). Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Kebun Latte Ciater di Kota Tangerang Selatan. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*.
- Yuli, Y., dan Marpaung, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Online, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Miniso di Asahan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNA). *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*.
- Zainudin, Z. (2022). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha UMKM Sederhana (Studi Kasus Desa Konda Kecamatan. Konda). *Sultra Journal of Economic and Business*.