

DAFTAR PUSTAKA

- Adzimaturrahmah, R., & Wibowo, L. (2019). Ekspektasi Pelanggan Media Sosial: Brand Engagement dalam Mempertahankan Customer Loyalty. In *Journal of Business Management Education* | (Vol. 4, Issue 2).
- Alfian, R., Fauzan Nugroho, W., & Yuliana, L. (2024). *Analysis of Brand Awareness, Brand Loyalty and Brand Reputation on Purchase Decisions*. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Ambulani, N. (2025). *Analisis Peran Content Marketing dalam Meningkatkan Brand Engagement pada Platform Digital*.
- Arohi Anand. (2023). Brand Awareness. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 5(3). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2023.v05i03.3571>
- Awali, P. F., & Astuti, T. R. S. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES DAN BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY: PERAN BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Pelanggan Produk Kosmetik Pixy di Wilayah Jawa Tengah). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(3), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Azmi, S., & Lidianingsih, W. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Tuku (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pamulang)*. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>
- Bakhshizadeh, E., & Aliasghari, H. (2023). CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY AND CUSTOMER BEHAVIORAL INTENTION: EVIDENCE FROM INSURANCE SERVICE. *Revista Brasileira de Marketing*, 22(1), 439–468. <https://doi.org/10.5585/REMARK.V22I1.20256>
- Bustomi, M., Yanti, R., & Ningrum Resmawa. (2023). Pemasaran berdasarkan Pengalaman, Citra Merek dan. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3). <https://doi.org/10.33395/remik.v7i3.12637>

- Innocentius Bernarto, Margaretha Pink Berlianto, Yohana F. Cahya Palupi Meilani, Ronnie Roesdianto Masman, & Ian Nurpatricia Suryawan. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>
- Karunia, Hendra. (2024). Kerjasama dengan Roemah Indonesia BV, Kopi Tuku Berpartisipasi di Amsterdam Coffee Festival 2024, Sensasi Manis Gula Aren Cita Rasa yang Mendunia. *Liputanbandung.Com*.
- Kasiha T. N. Wisdom, Lumanauw Bode, & Raintung Ch. Michael. (2023). THE EFFECT OF BRAND EXPERIENCE, AFFECTIVE COMMITMENT, AND BRAND TRUST ON BRAND LOYALTY ON CAF NGOPIJO CONSUMERS IN MANADO. In *644 Jurnal EMBA* (Vol. 11, Issue 3).
- Kuntoro Boga Andri. (2025, January 8). *Tren 2025: Peluang dan Daya Saing Kopi Indonesia*. Tanamanindustri.Bsip.Pertanian.Go.Id.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, M. A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Maulidio, R., & Dwiastanti, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA AMSTIRDAM COFFEE DI MALANG. In *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial* (Vol. 19, Issue 1).
- Mega Charisma, A., Kriswibowo, R., & Farida, E. A. (2023). BRANDING “KORAN (KOPI DURIAN)” DI DESA WONOSALAM SEBAGAI PENGEMBANGAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM BERBASIS DIGITAL MARKETING. *Communnity Development Journal*, 4, 9143–9149.
- Najmah, Adelliani, N., Sucirahayu, A. C., & Zanjabila, R. A. (2023). *Analisis Tematik Pada Penelitian Kualitatif*. Salemba Medika. <http://www.penerbitsalemba.com>

- Nurdiyanti, N. S., & Johan, R. I. (2024). THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND BRAND IMAGE ON COFFEE PURCHASE BEHAVIOUR AT COFFEE-TO-GO SHOP. *Journal of Child, Family, and Consumer Studies*, 3(2), 95–106. <https://doi.org/10.29244/jcfcs.3.2.95-106>
- Oktavia, D. V., & Marwati, S. F. (2022). *KEPERCAYAAN PADA CV CIPTA KIMIA SUKOHARJO* (Vol. 06, Issue 01).
- Putra, A. B., Firgie, D., & Antares, R. M. (2025). Eksplorasi Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan di Uragawa Coffee. *Journal of Management and Creative Business*, 3(1), 140–149. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v3i1.3547>
- Rahayu, E., Saputri, I. Y., & Aisyah, M. (2024). *Analisis Visual pada Logo Kopi Tuku: Studi tentang Representasi Identitas dan Branding melalui Desain Logo* (Vol. 3, Issue 2).
- Santosa, P. R. M., Suhud Usep, & Krissanya, N. (2025). Membangun Brand Loyalty pada Konsumen Mobile coffee (Kopi Keliling) modern: Investigasi Peran Brand Experience, Product Quality, dan Brand Reputation? *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 4(2).
- Sari, J. P. M., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). Influence Brand Awareness, Product Variations and Word of Mouth Towards Customer Satisfaction at Coffee Shop Tuku Cipete Branch, South Jakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 164–177. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i1.802>
- Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). ANALISIS BRAND AWARENESS DAN PENGARUHNYA TERHADAP BUYING DECISION MOBIL TOYOTA CALYA DI MAKASSAR. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1). www.wartakita.id
- Subakti, H. (2023, July 28). *Bongkar 5 Strategi Rahasia Tuku, Brand Kopi Yang Sukses Tanpa Kemitraan*. <https://Bithourproduction.Com/>. <https://bithourproduction.com/blog/bongkar-5-strategi-rahasia-tuku/>

- Subakti Hani, & Hurit roberta uron. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*.
- Suchrisna, R., & Setianingsih, R. E. (2022). *PENGARUH BRAND TRUST DAN BRAND EXPERIENCE TERHADAP MINAT BELI ULANG SMARTPHONE APPLE SERI IPHONE 12 DI JAKARTA*.
- Suciawan, C. C. (2022). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Niat Beli Konsumen Baticue*. 7.
- Tomokumoro, C. T., & Berlianto, M. P. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Satisfaction dan Dampaknya terhadap Habits dan Intention to Revisit Kembali di Industri Kedai Kopi Tuku. *Business Management Journal*, 20(1), 13. <https://doi.org/10.30813/bmj.v20i1.5183>
- Waruwu, M. (2024). *Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan*. <https://afeksi.id/jurnal/index.php/afeksi/>
- Widyanti, Ni Nyoman wira. (2024). Kopi Susu Gula Aren Tuku yang Mendunia, sampai ke Belanda . *Www.Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/food/read/2024/06/06/175021975/kopi-susu-gula-aren-tuku-yang-mendunia-sampai-ke-belanda>