

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. S., & Jaya, R. C. (2025). Pengaruh brand image, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian rokok Gudang Garam Signature di Kota Bandung. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 308–317. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.1982>
- Afia, A. N., Wanita, N., & Amalia, R. (2025). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian iPhone pada Generasi Z di Kecamatan Palu Barat dengan gaya hidup hedonis sebagai variabel moderating. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(4), 881–898.
- Agung, B. B. P. (2025). Pengaruh citra merek, harga, dan konten pemasaran terhadap minat beli produk Erigo di Surabaya (Skripsi). UPN Veteran Jawa Timur. <https://repository.upnjatim.ac.id/36970/>
- Ambalao, C., & Manueke, M. (2025). Pengaruh persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(1), 45–56. <https://jurnal.feb-umi.id/index.php/PARADOKS/article/view/1682>
- Aprelyani, S., Ali, H., & Hadita. (2024). Pengaruh harga, kualitas produk dan minat beli produk skincare Somethinc terhadap keputusan pembelian di e-commerce Shopee pada generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3). <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3>
- Apriyanti, S. (2024). Pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone. *Edu Sosial*. <https://online-journal.unja.ac.id/jeso/article/view/48733>
- Ardiansyah, D. B. D., Aziz, N., & Fuadiputra, I. R. (2023). *The effect of price, brand image, and product quality on purchase decision of Xiaomi smartphones*. *Journal of Management and Business*, 10(2), 338–345.
- Ardiyanti, E. P., Pudyaningsih, A. R., & Mufidah, E. (2025). Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. *Revenue Manuscript*, 3(1), 40–50.
- Ayun, M. Q., et al. (2025). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 7(1).
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2025). Rata-rata konsumsi per kapita seminggu menurut kelompok bahan minuman per kabupaten/kota: dataset 2021–2025. BPS.

- Bagus & Tantowi (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger: Studi di Outlet Eiger Manyar Surabaya
- Baskara, A., & Nurhayati. (2023). *Consumer behavior in Marketing 4.0: Social media marketing and website marketing on purchasing decisions through technology acceptance model (TAM) as a mediating variable*. *International Journal of Social Science and Business*, 7(3), 550–559. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/article/view/52056>
- Belia, D. O., Bakkareng, B., & Firdaus, T. R. (2022). Pengaruh harga, *brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di *Cafe Hawa Inderapura*. *Ekasakti Matua Jurnal Manajemen*, 6(2), 45–55.
- BukaFranchise.id. (2025). Franchise Nescafé 2025: Model Kios, Biaya, & BEP. Apakah Nescafé Benar-Benar Membuka Kemitraan?
- Cakryuda, S. S., & Ikaningtyas, M. (2025). The influence of brand image and product quality on purchase decisions of Eiger products in Surabaya. *International Journal of Social, Economic, and Business*, 1(3), 60–66.
- Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh influencer marketing, electronic word of mouth dan social media marketing terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada pembelian produk Erigo di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1412>
- Dekanawati, V., Setiyantara, Y., Astriawati, N., Subekti, J., & Kirana, A. F. (2023). Analisis pengaruh kualitas pelayanan diklat kepabeanean terhadap kepuasan peserta pelatihan. *Jurnal Saintek Maritim*, 23(2), 159–176.
- Devi, A. C., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis keputusan pembelian produk e-commerce Shopee di kalangan mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 113–123. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5>
- Efdison, Z., Lova, A. N., & Hamdani, D. (2023). Pengaruh *brand image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kopi Nur. *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(4), 671–682.
- Fauzi, H. dan Tantra, T. (2023). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap niat beli *smartphone* vivo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi & Akuntansi (Mea)*, 7(2), 1422-1438.

- Fitriana, A., & Niswardhani, S. K. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P) Terhadap Kepuasan Konsumen Es Teh Poci Ngalah Pandean. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(5), 634–650
- Fitriyah, A., Askandar, N. S., Afifuddin, & Machfudz, M. (2023). Pengaruh label halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk minuman sari apel. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(03), 3511–3519. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9541>
- Flavor365. (2025). Nescafé's Global Market Landscape.
- Hamdani, H., & Sa'diyah, H. (2025). Konsep Dasar Penyusunan Hipotesis dan Kajian Teori dalam Penelitian. *Journal of Linguistics and Social Studies*.
- Haris, A. (2024). *The role of marketing research in understanding consumer behavior and preferences. Advances in Business & Industrial Marketing Research*, 2(2), 59–71. <https://www.researchgate.net/publication/380888546>
- Harun, H., & Paludi, S. (2025). *Product quality, price perception, and brand image on purchase decision. International Journal of Business and Marketing Research*, 8(1), 45–55.
- Hermawan, S., & Hariyanto, W. (2022). Metode penelitian bisnis (Kuantitatif dan kualitatif). UMSIDA Press.
- Hidayat, B., & Tjiptodjojo, K. I. (2025). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 8(1), 559–564. <http://Jiip.stkipyapisdompnu.ac.id>
- Hutasuhut, A. Y., Verinita, & Besra, E. (2025). *Exploring the impact of brand identity and brand image on Gen Z's repurchase intention through customer satisfaction. Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*. <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/7724>
- Istiqomah, N. H., Magfiroh, S., & Habibana, Z. N. (2024). Memahami perilaku konsumen: Tinjauan aspek psikologis dalam keputusan pembelian dan strategi pemasaran. *HEI EMA: Jurnal Riset Hukum, Ekonomi Islam, Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 71–82. <https://jurnal.stisalhilalsigli.ac.id/index.php/jhei/article/view/227>
- Ken Research. (2024). Indonesia Coffee Market Outlook to 2030.
- Kurniawan, K. J., Wahyudi, R., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Mixue

di Kota Malang. JRIME: Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi, 1(3), 231–242. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.271>

Kusuma, Y. B., et al. (2025). Pengaruh *brand image*, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Jurnal Ilmu Manajemen, 12(1), 1–12.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of marketing (17th ed.). Pearson Education.

Marpaung, H. Y. P., & Pujiati, H. (2024). Pengaruh brand image, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian penyedia layanan internet dari First Media. HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings), 4(2), 771–779.

Maslakhah, A. U., & Wahyuningtyas, Y. F. (2022). Pengaruh komponen *brand image* terhadap keputusan pembelian layanan telekomunikasi IndiHome di Kota Yogyakarta. Jurnal Riset Manajemen Akuntansi Indonesia.

Maulid, M., & Tommy. (2024). The effect of product quality and brand image on purchase decision. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 6(2), 219–238.

Nadhir, M., Kurniawan, P., & Jufri, A. (2025). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Toko Kopi Rusa Jantan). Indonesia Economic Journal, 1(2), 1088–1099. <https://doi.org/10.63822/kpsey480>

Oktavian, R. F., & Wahyudi, H. (2022). *The influence of product quality and price on purchase decisions*. Almanca : Jurnal Manajemen dan Bisnis, 6(2), 379–392. <https://doi.org/10.36555/almanca.v6i2.1911>

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode penelitian kuantitatif. Widya Gama Press.

Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). Metode penelitian kuantitatif. Pascal Books.

Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Garnier. Jurnal Sinar Manajemen, 8(2), 98–104.

Rahmawaty, P., & Purnama, D. E. (2025). *brand image mediates the relationship between influencer credibility and purchase decisions among Generation Z*. Jurnal Ilmu Manajemen. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/86427>

Ramdhani, R., & Lesmana, R. (2025). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Griya coffee 100 di Jakarta Selatan. Jurnal Ilmiah Manajemen.

- Renaldi, P. A., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh iklan dan citra merek serta kepercayaan merek terhadap minat beli produk kopi siap minum dalam kemasan merek Nescafé. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(2), 163–170.
- Research and Markets. (2020). *Global Instant Coffee Market Outlook*.
- Rizky, M. L., & Suyuthie, H. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmiah dan Karya Mahasiswa (JIKMA)*, 2(4), 259–269. <https://doi.org/10.54066/jikma.v2i4.2359>
- Rosadi, R., & Kusdiyanto, K. (2024). *Analysis of the influence of brand image, product quality, and price on consumer purchase interest*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(2), 123–134. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/2392>
- Santoso, I. (2016). Peran kualitas produk dan layanan, harga dan atmosfer rumah makan cepat saji terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 94–109.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu Converse di Surakarta. *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, 8(1), 92–103. ISSN 1979-2700.
- Saputri, I. D., & Surianto, M. A. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga dan citra toko terhadap keputusan pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 4(2), 134–141. <https://doi.org/10.47065/jbe.v4i2.3455>
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Sprei RISE. *JIMEA: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, 5(1), 243–254.
- Setiawan, B. (2024). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Interactivity Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Produk Erigo* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Songgigilan, C., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. F. C. (2023). Pengaruh *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian produk Kopi Kenangan di kawasan Mega Mall. *Productivity*, 4(1), 100–111.
- Suardana, I. A. R., Mahyuni, L. P., & Lestari, N. P. N. E. (2024). *Impact of brand image, brand awareness, and social media marketing on purchase*

- decisions*. Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi, 15(1).
<https://journal.umy.ac.id/index.php/bti/article/view/20901>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi Kedua). Bandung: Alfabeta.
- Suryabhuna, S. T. (2025). Pengaruh kemudahan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Zalora Indonesia. *SOSTECH: Jurnal Sosial dan Teknologi*, 5(7).
- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Apotek MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 6(1).
- Wulandari, W., Izzuddin, A., & Reskiputri, T. D. (2023). Pengaruh *brand image*, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mie Sakera Ajung Kalisat Kota Jember. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 100–109.
- Yaqin, M. A., Askafi, E., & Arisyahidin, A. (2023). *The role of brand image as a mediation of the influence of product price and quality on purchase decision*. Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, 18(2), 101–112.
<https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/article/view/1213>
- Yohana Dian Puspita & Ginanjar Rahmawan. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104
- Zulfikar, M., Wijaya, R., & Andharini, S. N. (2023). The effect of price and product quality on purchase decision of Aqua drinking water product in Malang City. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan (Jamanika)*, 3(4).
<https://doi.org/10.22219/jamanika.v3i4.29313>