

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrian Wahyu Laksono; Dr. Nanang Suryadi, SE., M. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Bensu di Kota Malang*. 1(1).
- Cahya, S. E. P. A. L. A. D. (2023). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan*. 5(6), 3007–3017. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2701>
- Chapter, B. (n.d.). *Brand Image dan Brand Awareness*.
- Dilla, S. F. (2020). *Pengaruh Harga dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen General Repair PT Nasmoco Pemuda Semarang Pendahuluan*. IX(Iv), 599–608.
- Edvin Fairliantina &, N. I. R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee*. 8, 18–29.
- Gunawan, C. B. & S. (2020). *Analisis perbandingan pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan coffee shop di Bandung Konsumsi Kopi Negara Eksportir*. 20(November), 51–62.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2020). *Manajemen Pemasaran*.
- Husni Muharram, Nurafrina Siregar, Miftah El Fikri, & Roro Rian Agustin. (2019). *7.BukuManajemenPemasaranKonsepdanStrategi-min.pdf*.
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2018). *Metodologi Penelitian (Populasi, Sampel)*. jurnal. (2019). *B.II, K.Pustaka*. 9–24.
- Kementrian Perindustrian, B. (2024). *Volume 8, 2024*. 8.
- Lestari, A. M., & Hanny, R. (2025). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Overthinking Coffee di Tangerang Selatan*.
- M.Adhar Amien,EmilSalim, N. P. (2024). *Pelanggan Dengan Costumer Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Alyos Coffee*. 1(1).
- Meisaroh, F. S., Nugroho, R. H., Andarini, S., & Nirawati, L. (2023). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal Variabel Intervening pada Produk Minuman Bersoda Sprite Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 5, 812–825. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i3.1822>
- Mutiara Ramadhani,Ikhbal Akhmad, & S. (2023). *Pengaruh Word Of Mouth dan Store Atmosphere*. 2(1), 49–62.
- Nugroho, S. N. H. R. H. (2023). *Pengaruh citra merek, harga, kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening*. 7(1), 79–98.
- Octavia, D., & Hidayat, R. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening: Studi*

*pada Pelanggan Susu Bear Brand di Surabaya.* 4(6), 1722–1738.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1072>

- Putiari Alaina Rizki1, B. P. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Indomie melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Pelanggan* Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. 4(5), 1543–1552.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.1023>
- Putra, D. (2022). (n.d.). *Pengaruh Desain Produk dan Brand Image terhadap Loyalitas dengan Kepuasan pelanggan sebagai Variabel Intervening Studi pada Pelanggan Uno Koffie di Kota Padang.*
- Rita, & Archie, J. R. E. (2025). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada kedai Kopi Lokal.* 4(6), 1353–1364.
- Sisca Elizabeth Irawan. (2022). *variabel intervening.* 36–47.
- Sugiyono. (2022). *Penelitian Kuantitatif.* November 2023, 29–39.
- Wardhana, A. (2024a). *Kepuasan Pelanggan.*
- Wardhana, A. (2024b). *Loyalitas Pelanggan.*
- Yulinda, A. T., & Iskandar, F. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan Kitaro Pada Agen Kitaro Toko Arra Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan.* 11(1), 191–198.