

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarawati, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.59141/jiss.v2i01.146>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Indillah, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Putra, S., Mulia Utama, A., Syahputra, J., & Budiman, B. (2023). *Manajemen Pemasaran* (U. Saripudin, Ed.). Widina Bhakti Persada Bandung. www.freepik.com
- Armstrong Balasubramanian, K., & Kotler Gary Armstrong Sridhar Balasubramanian, P. (2024). *Global Edition Principles Of Marketing Nineteenth Edition*.
- Award, T. B. (2026). *Hasil Komparasi Brand*. https://topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=730&tahun_awal=2022&tahun_akhir=2026&brand1=fore&brand2=janji jiwa&brand3=kopi kenangan&brand4=KULO
- Coffee, F. (2024). *About Fore*. <https://fore.coffee/id/about-us-id/>
- Coffee, F. (2025). *About Fore*. <https://fore.coffee/id/about-us-id/>
- Elshifa, A., Moch Jasin, M., Diana Maria, H., Irayanti Adriant, M., Wahyuni Nurindah Sulistiowati, M., Abel Haryanto, M., Muhammad Syafri, H., & Wahid Akbar Basudani, M. (2024). *Manajemen Pemasaran* (W. Yuliani, Ed.). CV BRAVO PRESS INDONESIA. www.bravopress.id
- Ghozali, I. (2024). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris* (Apriya Heri S). Yoga Pratama.
- Gunawan, B., & Widoadmodjo. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Kopi Tuku di Tangerang dan Jakarta Barat*. 6(2), 172–177. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/17844>
- Hanif, M. F., & Prakoso, F. A. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Kopi Kenangan Di Tangerang Selatan)*. 2, 61–70.
- Hantika, S., Farida, N., & Widiartanto, &. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen melalui Pembelian Ulang (Studi pada Konsumen Produk Merek Wardah di Kota Semarang). In *Jurnal*

Ilmu Administrasi Bisnis (Vol. 12, Number 1).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Hardianti, B. G. P., & Farida, S. N. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk, dan Kepuasan terhadap Repurchase Intention pada Produk Somethinc: Studi pada Masyarakat Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4798–4809.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2079>

Hidayah, S. N., Nugroho, R. H., Bisnis, P. A., Sosial, I., Politik, D., Veteran, U. ", & Timur, J. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. In *Rusdi Hidayat Nugroho JIABI* (Vol. 7, Number 1).
<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/niaga/article/view/5811>

Indah Ramahdani, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee*. 8(2).
<https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/2945>

Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024a). *GLOBAL EDITION Principles of Marketing NINETEENTH EDITION*.

Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024b). *Principles of Marketing*.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2025). *Marketing 6.0*. Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.

Lawrance, N. (2022). *Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi pada Kopi Living Mataram 1 Nodia Lasafarila Lawrance, 2 I Made Suardana, 3 Ulfyuni Asdiansyuri Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM, NTB, Indonesia*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i3.16>

Manggarani, C. A., Badrudin, R., Si, M., Pintor, S., & Patiro, S. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Nur Huda A.). K-Media.

Nugroho, I. A., Indayani, L., & Pebrianggara, A. (2024a). *The Influence of Brand Image, Price Perception, and Lifestyle on Consumer Purchase Decisions of Fore Coffee Pahlawan Sidoarjo [Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fore Coffee Sidoarjo]*.
https://www.researchgate.net/publication/396853735_The_Influence_of_Brand_Image_Price_Perception_and_Lifestyle_on_Consumer_Purchasing_Decisions_at_Fore_Coffee_Sidoarjo_Pengaruh_Citra_Merek_Persepsi_Harga_da

n_Gaya_Hidup_terhadap_Keputusan_Pembelian_Kon

- Nugroho, I. A., Indayani, L., & Pebrianggara, A. (2024b). *The Influence of Brand Image, Price Perception, and Lifestyle on Consumer Purchase Decisions of Fore Coffee Pahlawan Sidoarjo [Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fore Coffee Sidoarjo]*.
<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/view/9226/version/9219>
- Octarinie, N. (2022). *Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Semen (Study Kasus pada PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk)*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36546/jm.v9i4.504>
- Pebadja, G., & Kholifah, S. (2025). The Impact of Brand Image, Pricing Strategies, and Product Quality on Consumer Loyalty in the Coffee Industry: An Empirical Study Using Structural Equation Modeling. *Journal of Management and Informatics*, 2(2)(2), 1–20. <https://doi.org/10.51903/jmi.v2i2.134>
- Rahmawati, R. D., & Utomo, Y. P. (2025). Upaya Membangun Loyalitas Konsumen Dengan Pendekatan Kualitatif Menggunakan Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Management (CRM), dan Kepuasan Konsumen Pada PT Boga Indonesia Talenta Studi Kasus: Halal Bakery Tsabita. In *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 3, Number 1).
<https://jsr.lib.ums.ac.id/index.php/determinasi>
- Reza Maulana, A. (2024). Pengaruh Lokasi, Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas PelangganPoint Coffee di Indomaret S. Parman Waru Sidoarjo. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(1), 183–191.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.13363733>
- Ridwan, M., Ghoni, E., & Iftikad, I. (2023). *Analisis Loyalitas Pelanggan dilihat dari Kualitas Produk dan Harga pada Pelanggan Rokok Gudang Baru Malang*. 2(1), 65–73. <https://doi.org/10.33379/jibe.2398>
- Sugiyono. (2023a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
www.cvalfabeta.com
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. CV Andi Offset.
- Utami, S. A., & Handrito, R. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(1)(1), 97–105.
<https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.1.10>

Winarso, W. (2022). *Manajemen Pemasaran*. CV. Pena Persada.

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*.