

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, A. P., & Fitri, R. (2023). Peran Citra Merek Sebagai Mediasi Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Skincare Avoskin. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v17i1.993>
- Adam, M. R. R., Handra, T., & Annas, M. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Periklanan Terhadap Brand Image (Peran Digital Marketing). *Technomedia Journal*, 7(2), 189–201. <https://doi.org/10.33050/tmj.v7i2.1905>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika Unand*, 8, 179–188. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Anita Carolina, M., Ellitan, L., & Ika Handayani, Y. (2022). Pengaruh Instagram Dan Ewom Terhadap Minat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare. *Jurnal Bisnis Perspektif (Bip's)*, 14(1). <https://doi.org/http://jurnal.ukdc.ac.id/index.php/bip>
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3, 327–334. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i2.2412>
- Azis, F., Savitri, C., & Pramudita Faddila, S. (2024). Peran Citra Merek Dalam Memediasi E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Handphone Di Sosial Media Facebook. *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, 6(4), 1578–1590. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i4.10064>
- Betari, S., Maharani, N., & Harahap, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Coffee Shop Kawan Kopi Bandung. *Bandung Conference Series: Business And Management*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.2434>
- Budhi, I. M. A. A., & Ekawati, N. W. (2022). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(5), 948. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i05.p05>

- Cahyani, R., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran Labelisasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Ai-Cha Ice Cream & Tea Summarecon Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2258–2273. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i9.747>
- Cahyo Nugroho, D., & Kholil, Ay. (2021). *Prospek Peningkatan Produksi Kopi (Coffea Sp) Di Indonesia*. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3877510>
- Ch Sarayar, M. L., Soepeno, D., Ch Raintung, M., Manajemen, J., & Ekonomi Dan Bisnis, F. (2021). “Folcis Pudding” Manado The Effect Of E-Wom, Priceand Product Quality On Interest Buying" Folcis Pudding" Manado. In *Jurnal Emba* (Vol. 294).
- Chandra, D. S. (2023). Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Dan Interaksi Pelanggan Terhadap Brand Image. In *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* (Vol. 2, Issue 2).
- Damayanti, R., Husen, Z., & Salsabillah H Sidi Mesar, Z. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Dengan Electronic Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare Emina Jurnal Mitra Manajemen (Jmm Online). *Jmm Online*, 5(6), 390–398. <https://doi.org/https://doi.org/10.52160/ejmm.V5i6.505>
- Desi Lestari, E., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosialembiss*, 1(2), 75. <https://doi.org/https://www.embiss.com/index.php/embiss/article/view/12>
- Ermawati, E., Utami, R. P., & Pakkawaru, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam-Jiebi*, 2(1), 36.
- Febrianti, Z., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Electronic World Of Mouth (E-Wom) Pada Sosial Media Terhadap Brand Image Dan Minat Beli Produk. *Peng (Jurnal Ekonomi Dan Manajemen)*, 2(1). <https://doi.org/10.62710/9tctxd109>
- Firdaus, Purwoko, & Rake Setyawan, R. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi Dan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal*

- Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akutansi)*, 6(3), 2022.
<https://doi.org/10.31955/Mea.V6i3.2491>
- Firdayulia, A., & Jamiat, N. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Toko Kopi Tuku The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Purchase Intention In Tuku Coffee Shop*.
- Firmansyah, M. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media, Ed.; Pertama). Cv. Penerbit Qiara Media.
- Fore, C. (2022). *Kenalan Dengan Vico Lomar, Co-Founder Dan Ceo Fore Coffee*. Fore. <https://fore.coffee/id/kenalan-dengan-vico-lomar-co-founder-dan-ceo-fore-coffee-id/>
- Fransisca, M. B., & Santika, I. W. (2024). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Ewom Terhadap Niat Beli Ulang Pada Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 13(2), 258.
<https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2024.V13.I02.P05>
- Ginting, M., Joe, S., & Simanjuntak, I. M. (2023). Analisis Brand Image Dalam Memediasi Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk Bubble Tea Chatime. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(2), 195–204.
<https://doi.org/10.55601/jwem.V13i2.1045>
- Haikal, S., & Sholahuddin, M. (2023). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Pembelian Ms Glow For Men Di Surakarta Dengan Ewom Sebagai Variabel Mediasi. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(2), 461–472.
<https://doi.org/10.35870/Jemsi.V9i2.1063>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*. www.cengage.com/highered
- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli Gula. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(3), 415–424.
<https://doi.org/10.36226/Jrmb.V4i3.291>
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. Pt Inkubator Penulis Indonesia.

- Hamid, Rahmad., & Anwar, Suhardi. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian. Konsep Dasar Dan Aplikasi Program Smart Pls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. Pt Inkubator Penulis Indonesia.
- Hardani, Andriani, H., & Ustiawaty, J. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). Cv.Pustaka Ilmu.
- Harjadi, D., Si, M., & Arraniri, I. S. E. I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania. [Http://Insaniapublishing.Com](http://Insaniapublishing.Com)
- Helmy Iskandar, A., Sutejo, B., Semarang, U. S., & Com, A. (2023). Analysis Of The Influence Of Celebrity Endorsement, Brand Image And Price Perception On Purchase Intention (Study On Consumers Of Kahf Products (Personal Care For Man) In Pedurungan District, Semarang City) Analisis Pengaruh Celebrity Endersment, Brand Image Dan Price Perception Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Produk Kahf (Personal Care For Man) Di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang). *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(1), 2023. [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Hendro, H., & Keni, K. (2020). Ewom Dan Trust Sebagai Prediktor Terhadap Purchase Intention: Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 298. [Https://Doi.Org/10.24912/Jk.V12i2.7760](https://Doi.Org/10.24912/Jk.V12i2.7760)
- Hernikasari, I., Ali, H., Hadita, H., & Penulis, K. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Manajemen Ilmu Terapan*, 3(3). [Https://Doi.Org/10.31933/Jimt.V3i3](https://Doi.Org/10.31933/Jimt.V3i3)
- Hidayah, F. N. ., (2023). *Negara Tujuan Utama Ekspor Kopi Indonesia*. Goodstats. [Https://Goodstats.Id/Article/Negara-Tujuan-Utama-Ekspor-Kopi-Indonesia-8svbg](https://Goodstats.Id/Article/Negara-Tujuan-Utama-Ekspor-Kopi-Indonesia-8svbg)
- Hilman, J., Nobelson, & Nastiti, H. (2020). Analisis Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Jakarta Barat. In *Prosiding Biema Business Management, Economic, And Accounting National Seminar* (Vol. 1). [Https://Doi.Org/Https://Conference.Upnvj.Ac.Id/Index.Php/Biema/Article/Vi ew/907](https://Doi.Org/Https://Conference.Upnvj.Ac.Id/Index.Php/Biema/Article/Vi ew/907)

- Hosfiar, C. R., Astuti, M., & Iswanto, A. H. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(10), 4920. <https://doi.org/10.36418/Syntax-Literate.V6i10.4351>
- Ibnu, M., & Rosanti, N. (2022). Tren Produksi Dan Perdagangan Negara-Negara Produsen Kopi Terbesar Di Dunia Dan Implikasinya Bagi Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 16(2). <https://doi.org/10.55981/Bilp.2022.5>
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., Walangitan, O., Studi, P., Bisnis, A., Ilmu, J., Fakultas, A., Sosial, I., Politik, D., Sam, U., & Manado, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).
- Kameswara, I. G. A. R., & Respati, N. N. R. (2022). Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Ewom Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Sepeda Motor Honda Adv. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(5), 1009. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2022.V11.I05.P08>
- Kusuma, A., & Wijaya, T. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli: Peran Mediasi Citra Merek. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 30–42. <https://doi.org/10.12928/Fokus.V12i1.5717>
- Lestari, T., & Suharyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Lain Hati Di Grand Galaxy City Bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (Jumpa)*, 9(2), 10–24. <https://doi.org/10.55963/Jumpa.V9i2.459>
- Lukitaningsih, A., Ningrum, N. K., & Muttaqin, F. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Product Quality Dan Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Yogyakarta). *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 7(1), 372. <https://doi.org/10.33087/Ekonomis.V7i1.794>
- Lusi Widhi Aningrum, & Nur Achmad. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Product Quality Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Pakaian Uniqlo. *Al-Kharaj: Jurnal*

- Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 5416–5432.
<https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i4.1550>
- Maulani, R. D., & Wahyuningsih, D. (2021). Analisis Ekspor Kopi Indonesia Pada Pasar Internasional. *Pamator Journal*, 14(1), 27–33.
<https://doi.org/10.21107/Pamator.V14i1.8692>
- Musika, Y. A. . (2023). *Data Konsumsi Kopi Di Indonesia 2023 Referensi Bisnis*. Ottencoffee. <https://ottencoffee.co.id/majalah/data-konsumsi-kopi-di-indonesia-tahun-2023>
- Nofiana, A., Prasetya, A., Daengs, A., Mahjudin+, & Zuhro, D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kopi Kapal Api Di Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akutansi* (Jumma45), 2.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30640/Jumma45.V2i1.1614>
- Noviyanti, R., & Nurhasanah. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Kompetensi Nelayan Di Teluk Banten: Menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modelling (Pls-Sem). *Marine Fisheries: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Periklanan*, 10(1), 33–44.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29244/Jmf.1.2.33-44>
- Nurchayyo, S. A., & Ali, A. (2023). Model Peningkatan Purchase Intention Berbasis Credibility Endorser, Ewom, Dan Product Quality Melalui Brand Image. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akutansi*, 3(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.35473/Jibaku.V3i1.2170>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Nurjanah, L., & Limanda, K. Y. (2024). Analisis Pengaruh Influencer Dan Ewom Terhadap Minat Beli Skincare Pada Generasi Z Di Kota Batam: Peran Mediasi Brand Image. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 5(1), 117–133.
<https://doi.org/10.51805/Jmbk.V5i1.195>
- Oktrichaendy, F., Pradhanawati, A., & Djoko Waloejo, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lost In Coffee Semarang. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

- Paludi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Intervening. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.24036/jkmb.11270300>
- Pamungkas, A., & Pramesti, D. A. (2021). Pengaruh Atmosfir Store, Brand Identity, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Mediasi Minat Beli (Studi Empiris Pada Kedai Kopi Janji Jiwa). *Borobudur Management Review*, 1(1), 12–31. <https://doi.org/10.31603/bmar.v1i1.5009>
- Pamungkas, T. Laksito, +, & Nugroho, R. (2021). Motivasi Belajar Peserta Didik Terhadap Pembelajaran Daring Pada Program Pendidikan Kesetaraan Paket B Di Upt Skb Cerme Gresik. In *Jurnal Pendidikan Untuk Semua* (Vol. 05, Issue 1).
- Parahita, R., Widyasari, S., Semarang, U. S., Id, U. A., & Author, C. (2023). The Influence Of Electronic Word Of Mouth (E-Wom) At Tiktok Social Media, Trust And Price Perception On Online Repurchase Intention (Study On Shopee Application Users In Semarang City) Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Di Sosial Media Tiktok, Kepercayaan Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang Belanja Online (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Semarang). In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 2). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pramesti, C. W., & Setyawan, A. A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1). <https://doi.org/10.46306/jbbe.v17i1>
- Pramesti, R. A., Auliana, L., & Rasmini, M. (2024). Pengaruh E-Wom Di Instagram Terhadap Minat Beli (Survei Pada Followers @Elzattahijab). *Jiip (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 7(8). <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i8.5080>
- Prastiyani, M., Prodi, A., Stie, M., Wiwaha, W., Suhartono, Y., Widya, S., Prodi, W., & Yogyakarta, W. W. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Advan Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Di Wilayah Yogyakarta. In *Jurnal Riset Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).

- Prastiyani, M., & Suhartono. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Advan Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Di Wilayah Yogyakarta. In *Jurnal Riset Manajemen* (Vol. 7, Issue 1). <https://doi.org/10.32477/jrm.v7i1.188>
- Prastowo, K., Utomo, S., Dachi, A., Yulianto, A., Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia, S., & Barat, J. (2024). Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Manajemen Bisnis (Senakombis E-Issn Xxxx-Xxxx Peran E-Word Of Mouth Dalam Memediasi Pengaruh Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kopi Tepi Lereng-Tangerang Selatan. In *Online) Senakombis* (Vol. 1). <https://eprosiding.embiss.com/index.php/senakombis/index>
- Pratama, A., & Azizah, N. (2022). Pengaruh E-Wom, Product Quality, Dan Price Terhadap Brand Image Melalui Perceived Value. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(01), 113–122. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9729>
- Pratiwi, D., & Pandjaitan, D. R. H. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Waroeng Steak And Shake Bandar Lampung. *Bullet: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(4). <https://doi.org/https://journal.mediapublikasi.id/index.php/bullet/article/view/3355>
- Prayogo, A., Fauzi, A., Sapto Bagaskoro, D., Alamsyah, A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., Raditty, M., Fatturrohman, H., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurna Ilmu Multi Disiplin*, 1(4). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4>
- Pujiati, H., Yosepha, S. Y., & Aditia, Y. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Kopi Kenangan Pada Mall Ambassador, Jakarta Selatan. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 6(2), 88–100. <https://doi.org/10.33753/madani.v6i2.270>
- Pulungan, P. I. S. , & Rivai, H. A. . (2021). Pengaruh Locus Of Control Dan Efikasi Diri Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Keterikatan Karyawan Sebagai Variabelintervening Pada Pt Semenpadang. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmu Bidang Ekonomi*, 7.

<https://doi.org/https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/view/2539/pdf>

- Purbohastuti, A. Wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-Sem) Analysis For Social And Management Research : A Literature Review. *Journal Of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4). <https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i4>
- Purwanza, S. W. ,+, Wardhana, A. , & Mufidah, A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinas* (A. Munandar (Ed)). <https://www.researchgate.net/publication/363094958>
- Putra, I. K. P. M., & Rastini, N. M. (2022). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Niat Menggunakan Gojek Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(3), 464. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i03.p03>
- Raflina, R. (2024). *Perilaku Konsumen*. Eureka Media Aksara.
- Ramadhina, A., & Mugiono. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen (Jmppk)*, 1(1). <https://doi.org/10.21776/jmppk>
- Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Cv Budi Utama.
- Rusiana, D., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 410. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1081>
- Salmiah, Sahir, S. H., & Fahlevi, M. (2024). The Effect Of Social Media And Electronic Word Of Mouth On Trust And Loyalty: Evidence From Generation Z In Coffee Industry. *International Journal Of Data And Network Science*, 8(1), 641–654. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.8.021>

- Sari, P. S., & Salmah, N. N. A. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Baju Karate Merek Arawaza Di Kota Palembang. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 4(2), 411. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.184>
- Sari, R., Inda, T., Rahma, F., Syarvina, W., & Kunci, K. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas, Brand Image Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Alat Elektronik Rumah Tangga Di Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal Dalam Konsep Ekonomi Islam. *Jovishe : Journal Of Visionary Sharia Economy*, 01(02), 88–97. <https://doi.org/10.57255/Jovishe.V1i1.168>
- Sari, S. K., Jumadi, R., & Djazuli, R. A. (2024). Analisis Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Minuman Kopi Di Pit Stop Kopi Kawasan Industri Gresik (Kig). *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6, 3350. <https://doi.org/10.47476/Reslaj.V6i6.2764>
- Sarjita, S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Situs Olx Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Situs Olx. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akutansi*, Vii(1), 69–82. <https://doi.org/http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/90/103>
- Sayekti, I. M. S. (2023). *Trend Industri Kopi Masa Depan: Keberlanjutan Bisnis Hingga Keberlanjutan Lingkungan*. Pressrelease.Id. <https://pressrelease.kontan.co.id/news/trend-industri-kopi-masa-depan-keberlanjutan-bisnis-hingga-keberlanjutan-lingkungan>
- Septaria, V., & Rizal, R. (2022). Behavioral Intention Melalui Customer Experience Sebagai Moderasi (Studi Kasus Destinasi Wisata Seribu Rumah Gadang Di Muara Labuh Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan Propinsi Sumatera Barat). In *Jurnal Manajemen* (Vol. 10, Issue 2).
- Setiawan, A., Septia Putri, Y., Sari, S. G., Utami, A., Khotimah, N. K., Islam, U., Sunan, N., Yogyakarta, K., Ekonomi, F., & Islam, B. (2020). The Effect Of Discounts, Electronic Word Of Mouth (Ewom), And Price Towards Interest In Buying In E-Commerce. In *Journal Of Islamic Economic Scholar* (Vol. 1, Issue 2).

- Sihombing, P. R., Arsani, A. M., Oktaviani, M., Nugraheni, R., Wijaya, L., & Muhammad, I. (2024). *Aplikasi Smartpls 4.0 Untuk Statistisi Pemula*. Minhaj Pustaka 2024.
https://www.researchgate.net/publication/384695683_Aplikasi_Smartpls_40_Untuk_Statistisi_Pemula
- Soefhwan, & Kurniawati. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Product Quality, Dan Store Atmosphere Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Pada Coffee Shop Di Aceh. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10), 2022.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3642536>
- Suandayana, I. B. P., & Setiawan, P. Y. . (2019). Peran Citra Merek dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen*, 8(1), 7371–7398.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v8.i1.p15>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Suvia, H., & Yuwono, W. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Image Terhadap Minat Beli Brand Secondate. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(4).
<https://doi.org/https://doi.org/10.52643/jam.v12i4.2533>
- Teguh Afwan, M., & Budi Santosa, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mebel Madina Di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal Of Management*, 8(1), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Toffin. (2020). *Toffin Indonesia Merilis Riset “2020 Brewing In Indonesia.”* Toffin Insight. <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riset-2020-brewing-in-indonesia/#:~:text=Head%20of%20marketing%20toffin%2c%20ario%20fajar%20mengatakan%2c%20jumlah,Lipat%20dibandingkan%20pada%202016%20yang%20hanya%20sekitar%201.000.>

- Tohir, Jaisy. R. . (2021). *Tangsel Kota Kopi' Bukan Asbun, Ini Penjelasan Pemkot*.
Tribun Jakarta.Com. <https://Jakarta.Tribunnews.Com/2021/11/16/Tangsel-Kota-Kopi-Bukan-Asbun-Ini-Penjelasan-Pemkot>
- Wagiyem, & Larasati, N. S. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Brand Image*. 3(1).
[Http://Jurnalnasional.Ump.Ac.Id/Index.Php/Raar/](http://Jurnalnasional.Ump.Ac.Id/Index.Php/Raar/)
- Wardani R. P, Mawarni N. L. C., Sucilestari N. M. N., Andiniswari A. I. R., & Susanto P. C. (2022). Sikap Generasi Z Terhadap Eksistensi Kedai Kopi Lokal Dan Internasional: Riset Perilaku Konsumen Berbasis Visual. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 17(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.36002/Jep.V17i1.1734>
- Wibowo, A. (2019). Potensi Dan Tantangan Kopi Di Era Milenial. *Warta Pusat Penelitian Kopi Dan Kakao Indonesia*, 21(2), 16–23.
https://doi.org/https://www.researchgate.net/profile/Ari-Wibowo-7/publication/343416562_Potensi_Dan_Tantangan_Kopi_Di_Era_Milenial/Links/5f291871458515b729007f1a/Potensi-Dan-Tantangan-Kopi-Di-Era-Milenial.Pdf
- Widyarsih, A. R., Cahaya, Y. F., & Chairul, A. G. (2023). The Influence Of Brand Image, Viral Marketing, And Product Quality On Purchase Intention. *Adpebi International Journal Of Multidisciplinary Sciences*, 2(1), 102–109.
<https://doi.org/10.54099/Aijms.V2i1.460>
- Wierdatul Jannah, F., Abdurachman Saleh Situbondo Karnadi, U., Abdurachman Saleh Situbondo Yudhistira Harisandi, U., & Abdurachman Saleh Situbondo, U. (2022). Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Dalam Menentukan Minat Beli Produk Ms Glow Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Di Hanaa Beauty Store Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (Jme) Feb Unars*, 1(3), 493–507.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36841/Jme.V1i3.1982>
- Wijaksono, W., Santoso, A., & Pristi, D. (2022). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Gusti Ponorogo Eka Destriyanto Pristi. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*, 5. <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/Manova.V5i2.861>

- Wijaya, V., & Keni, K. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention, Mediasi Brand Trust Dan Brand Attitude Pada Produk Skincare. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 274–287. <https://doi.org/10.24912/Jmieb.V6i2.19301>
- Wisang Ismunarbowo, D., & Firdausy, C. M. (2024). Pengaruh E-Wom Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Rokok Elektrik Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V6i2.29833>
- Yonita, T., & Budiono, H. (2020). Pengaruh Ewom Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Produk Innisfree Di Jakarta.
- Yulianita, O. :, Rahma, P., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(4).
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Shopee. *Journal Of Islamic Economics And Finance Studies*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.47700/Jiefes.V3i1.4293>
- Yusrizal, & Rahmawati. (2022). *Pengembangan Instrumen Efektif Dan Kuesioner* (1st Ed.). Pale Media Prima. https://www.google.co.id/books/edition/Pengembangan_Instrumen_Afektif_Kuesioner/Y0uveaaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=kuesioner&pg=pa241&printsec=frontcover
- Zailani, A. (2022). Hubungan Efektivitas Iklan Televisi Dan Citra Merek Kopi “White Coffee” Pada Minat Beli Masyarakat Desa Kalisoro Kecamatan Tawangmangu Karanganyar. *Jurnal Economina*. <https://doi.org/10.55681/Economina.V1i2.30>