

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. R. R., Handra, T., & Annas, M. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Periklanan Terhadap Brand Image (Peran Digital Marketing)*. 7(2), 189–201.
- Adawiyah, K. R. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Produk Nature Republic Aloe Vera 92% Shooting Gel di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 117.
- Afwan, M. T., & Santosa, S. B. (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>
- Aisyah, Y. (2021). *3 Jenis Kopi yang Umum Ada di Coffee Shop di Indonesia, Apa Saja?* Kompas.Com. <https://www.kompas.com/food/read/2021/09/10/203218675/3-jenis-kopi-yang-umum-ada-di-coffee-shop-di-indonesia-apa-saja?page=all#:~:text=Arabika,-Kopi arabika Dolok&text=Menurut Reynold%2C arabika merupakan salah,banyak kedai kopi di Indonesia.>
- Ajeng Melati, T., J. Rachbini, D., & Rekart, E. (2021). The Role of Brand Image in Mediating the Effect of Product Quality, Service and Price on Purchase Interest. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 499–512. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.835>
- Almuarief. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Brand Image. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati

- Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Annur, C. M. (2022). *Produksi Kopi Indonesia Naik Jadi 774,60 Ribu Ton pada 2021*. Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/09/produksi-kopi-indonesia-naik-jadi-77460-ribu-ton-pada-2021>
- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahas Honda Tangerang. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(2), 2614–3747. <https://bmspeed7.com>
- Armanto, C. M., Azhad, M. N., & Rozi, A. F. (2019). *Implementasi Green Marketing Terhadap Minat beli Yang Dimediasi Oleh Brand Image (Studi pada AMDK “AL-QODIRI” Jember)*.
<http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/6225>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Erlitna, K. G., & Soesanto, H. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Positive Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Iphone di Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy) (1st ed.)*. CV. Penerbit Qiara Media.
https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah%024/publication/334964919_Buku_Pemasaran_Produk_dan_Merek/links/5d47e1a0%0A4585153e593cff86/Buku-Pemasaran-Produk-dan-Merek.pdf
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th Editio). Pearson Education.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. S. (2017). *Advance Issues In Partial Lest Squares Structural Equation Modeling*. https://books.google.co.id/Books?Hl=Id&Lr=&Id=-F1rdgaaqbaj&Oi=Fnd&Pg=Pp1&Dq=Hair+Et+Al+2017+Structural+Model+&Ots=Vy16fig_Aw&Sig=Ysaj6wjhrkjofatqkoxy68y4nq&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q=Hair+Et+Al+2017+Structural+Model&F=False
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.4>
- Halim, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang Pada Terminal Lempake Di Kota Samarinda. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman*.
- 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.
- Handayani, F., Bawono, A., & Viktor. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Produk Roti Breattalk Di Jakarta. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 26–36.
- Harahap, L. K. (2018). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.)). CV. Pustaka Ilmu.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace

- Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
<https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44.
<https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23499.44-54>
- Khafidin. (2020). Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Derivatif*, 10(1), 1–15.
<http://eprints.umsida.ac.id/6801/>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Pandiya Buku.
- Laoli, Y., & Hasan, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Bangkinang. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(1), 50–59.
<https://jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi/article/view/20>
- Laura, N., & Ringo, S. N. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Keunggulan Besaing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management and Business Review*, 14(2), 258–284.
- Lestari, M., & Wahyono. (2021). The Influence Of Celebrity Endorser And Online Promotion On Purchase Decision Throudh Brand Image. *Management Analysis Journal*, 10(2), 198–211.
- Margono, H., M, K., & Wardani, M. K. (2018). *Keputusan Pembelian Peritel Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga, dan Kualitas Pelayanan*. 15(02), 141–150.
- Mcneil, P., & Young, C. A. (2019). Customer satisfaction in gourmet food trucks : Exploring attributes and their relationship with customer satisfaction Customer satisfaction in gourmet food trucks : Exploring attributes and their relationship with customer satisfaction. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(4), 326–350. <https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1614400>

- Miati, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. 1(2), 71–83.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shoppe*. 43–53.
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS GLOW. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2, 50–57.
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukmmart Kartikawidya Utama. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1154–1170.
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). *Partial Least Squares Structural Suation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review Journal of Industrial Engineering & Management Research*. 2(4), 114–123.
- Putri, K. S. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Brand Image Dan Brand Awareness (Pada Pengguna Produk MS Glow). *Fakultas Humaniora Dan Bisnis Universitas Pembangunan Jaya*, 4(1), 88–100.
- Putri, O. I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Pada Hotel Saudara Syariah Medan. *Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Regional.co.id. (2022). *Tren Konsumsi Kopi Meningkat, Bisnis CoffeeShop Kian Menjamur*. Regional.Co.Id. <https://regional.co.id/2022/05/22/tren-konsumsi-kopi-meningkat-bisnis-coffeeshop-kian-menjamur/>
- Rizaty, M. A. (2022). *Volume Penjualan Kopi Siap Minum Indonesia Naik 3,2% pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/volume-penjualan-kopi-siap-minum-indonesia-naik-32-pada-2022>

- Rohmat, B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Provider (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Indosat Ooredoo Di Kota Magelang). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6721. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p17>
- Santoso, E. A. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Toko Shasya Cake di Kecamatan Banjarsari*.
- Sari, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Online Shopping Di Kota Kaimana Papua Barat. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*, 8.5.2017, 2003–2005. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Setiadi, I. G. N. B. H. I. M., & Ekawati, N. W. (2019). Brand Image Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 7102–7131.
- Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4). <https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/1471>
- Sisrahmayanti, T., & Muslikh, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian: Peran Mediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 54–65. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5802>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed.)*.

Alfabeta.

Surokim, Yuliana Rakhmawati, Catur Suratnoaji, Muhtar Wahyudi, Tatag Handaka, Bani Eka Dartiningsih, Dinara Maya Julijanti, Farida Nurul Rachmawati, Netty Diah Kurniasari, Dessy Trisilowaty, Nikmah Suryandari, H. Achmad Cholil, Dewi Quraisyin, Bambang Moertijoso, Teguh Hidayatul Rachmad, Samsul Arifin, Fakhrrur Rozi, & Allyvia Camelia. (2016). *Buku Riset Komunikasi: Strategi praktis bagi peneliti pemula*. 130–130. <http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-RISSET-KOMUNIKASI-JADI.pdf>

Suryantari, N. L. P. P., & Respati, N. N. R. (2022). *Peran Brand Image Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian*. 11(1), 127–149.

Widyasari, S., Maskur, A., Setiawan, M. B., & Sugiarto, T. (2019). *The Effect of Motive , Product Quality , Price Perception and Brand Image toward Buying Decision Process*. 86(Icobame 2018), 91–95.