# DAFTAR PUSTAKA

**Buku:**

Sudirman, A. (2022). Brand marketing: The art of branding. Media Sains Indonesia.

Zusrony, E. (2021). Perilaku konsumen di era modern. Yayasan Prima Agus Teknik.

Daga, R. (2017). Citra, kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Global Research and Consulting Institute.

Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). Pengantar manajemen pemasaran. Deepublish.

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

**Jurnal / Skripsi:**

Primadasari, A., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh brand awareness, brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(3). <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i3.9743>

Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, *4*(1). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>

Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, harga, dan brand awareness (Studi kasus produk Teh Botol Sosro di Giant Mall Permata Tangerang). *SWOT: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, *7*(3). <https://dx.doi.org/10.22441/swot.v7i3.5586>

Wibowo, K. A., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh brand image, kualitas produk, dan jingle iklan terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Sari Roti di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *8*(3). <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29758>

Wibisana, Y., & Rosang, I. Y. (2021). Pengaruh strategi promosi dan brand awareness terhadap keputusan pembelian Fore Coffee di Cipete. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *10*(1). <https://doi.org/10.52644/joeb.v10i1.55>

Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *Jurnal Papatung*, *4*(2). <https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.454>

Mulyaputri, V. M. (n.d.). Pengaruh viral marketing dan brand awareness terhadap niat beli merek Kopi Kenangan di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *9*. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p91-101>

Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian di Kopi Kenangan Kota Kasablanka. *Akselerasi: Jurnal Ilmiah Nasional*, *4*(3). <https://doi.org/10.54783/jin.v4i3.590>

M Arbain Husin (2023). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa Dempo Cabang Kota Palembang* *(Studi Pada Masyarakat Kota Palembang.* Skripsi, Universitas Sriwijaya.

Doni Fransiska,Dwi Saputra, Jamiati KN (2023).*Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan (Survey Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta 2017.* Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Abshor, M.U., Hasiholan, L.B., Malik, D. (2018). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo (Studi Kasus Di Area Kabupaten Demak).*

Asia, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Scarlett Di Kabupaten Mamuju.*

Muhammad Faiz Daffa (2021). *Analisis Pengaruh Brand Awareness Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Halal Awareness Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Konsumen Kopi Kenangan Se-Indonesia).* S1 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia.

M Arbain Husin (2023). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa Dempo Cabang Kota Palembang (Studi Pada Masyarakat Kota Palembang.* S1 thesis,  Universitas Sriwijaya.

Rida Nur Pratiwi (2020). *Pengaruh Citra Merek Kopi Kenangan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oleh Konsumen*. Skripsi thesis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

**Jurnal Internasional :**

Pujianto, O., Achsa, A., & Novitaningtyas, I. (2023). The effect of brand ambassador, sales promotion, and brand awareness on purchasing decisions in e-commerce. *Asian Journal of Innovation and Marketing*, 4(1). <https://doi.org/10.20473/ajim.v4i1.45502>

Anindya, F., & Indriastuti, H. (2023). The rise of viral marketing and brand awareness influence purchase decisions of Somethinc products. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 4(2).

Tuinesia, R., Sutanto, J. E., & Sondak, M. R. (2022). The influence of brand awareness and perceived quality on repurchase intention: Brand loyalty as intervening variable. *International Journal of Economics, Business, and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1).

 <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i1.4861>

Syahputra, M. F., Ritonga, H. M., & Lubis, H. (2022). The influence of product quality, price and service quality on consumer satisfaction (Coffeetree case study in Medan). INJECTS: *Journal of Economics and Business Research,* 3(2). <https://doi.org/10.53695/injects.v3i2.740>

Nawawi, M. (2020). Influence of service quality, product quality, product design, price and trust on XL Axiata customer loyalty among students of PGRI Karang Sari Belitang III OKU Timur Vocational High School. International *Journal of Economics, Business, and Accounting Research (IJEBAR),* 4(3). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i03.125>

**Website:**

Riadi, M. (2022). *Brand awareness (tingkatan, indikator, dimensi dan strategi)* [Online]. Retrieved from <https://www.kajianpustaka.com/2022/07/brand-awareness.html>

Riadi, M. (2021). *Citra merek (brand image) - Pengertian, aspek, komponen, dan pengukuran* [Online]. Retrieved from <https://www.kajianpustaka.com/2021/04/citra-merek-brand-image.html>

Riadi, M. (2020). *Kualitas produk (pengertian, manfaat, dimensi, perspektif, dan tingkatan)* [Online]. Retrieved from <https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html>

Riadi, M. (2020). *Keputusan pembelian (pengertian, dimensi, jenis, dan proses tahapan)* [Online]. Retrieved from <https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html>

Goodstats. (2024). *Hasil survei pola konsumsi kopi orang Indonesia di tahun 2024* [Online]. Retrieved from <https://goodstats.id/publication/hasil-survei-pola-konsumsi-kopi-orang-indonesia-di-tahun-2024-AiM7t>

Databooks Agroindustri. (2021). *Konsumsi kopi Indonesia diprediksi mencapai 370 ribu ton* [Online]. Retrieved from <https://katadata.co.id>