

DAFTAR PUSTAKA

- Anitsal, M. M., & Anitsal, I. (2013). The role of logos in building brand awareness and performance: Implications for entrepreneur. *Entrepreneurial Executive*, 18. 7 – 16.
- Ayuk, K., Oktavenia, R., Gusti, I., Ketut, A., & Ardani, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi*. 8(3), 1374–1400.
- [BPS Jabar] Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. 2021. Luas Lahan Tanaman Kopi (Hektar) 2019 – 2021. [Diunduh pada 14 Maret 2023]. Tersedia di <https://jabar.bps.go.id/indicator/163/320/1/luas-lahan-tanaman-kopi.html>
- [BPS Jabar] Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. 2021. Produksi Tanaman Kopi (Ton) 2019 – 2021. [Diunduh pada 14 Maret 2023]. Tersedia di <https://jabar.bps.go.id/indicator/163/319/1/produksi-tanaman-kopi-.html>
- Bakti, I. G. M. Y. (2017). Evaluasi produk berlabel standar: Persepsi konsumen pria dan wanita. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 55–69.
- Changi, G. R., & Padmalia, M. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Repurchase Intention Produk Golden Flower. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5.
- D.Aaker. 1991. Aaker's Brand Equity Model. *European Institute for Brand Management*.
- Demura, S., Aoki, H., Mizusawa, T., Soukura, K., Noda, M., & Sato, T. (2013). Gender Differences in Coffee Consumption and Its Effects in Young People. *Food and Nutrition Sciences*, 04(07).
- Devi, S., & Hartono Georgius. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Organik Factors Affecting Consumers Decision in Buying Organic Vegetables. *Agric*, 27(12).
- Dewi, N. K., Andri, G., & Yonaldi, S. (2012). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion Di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Unilever Cabang Padang). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3.
- Dewi, N. L. A. D. S., Suryawardani, I. O., & Sarjana, I. D. G. R. (2016). Strategi Pemasaran Kopi pada Perusahaan Kopi Banyuatis. *E-Journal Agribisnis Dan Agrowisata*, 5(1).
- Diah, A., & Supriono, K. (2017). Pengaruh Desain Kemasan Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream (Survei Pada Mahasiswawi

- Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(2).
- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 3(2).
- Faishal Azka Kalkautsar, & Endri Listiani. (2022). Pengaruh Konten Instagram terhadap Brand Awareness. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1).
- Gramanda, M., & Malisan, P. (2021). Trend Ngopi Sebagai Gaya Hidup Baru Di Kalangan Kaum Muda Di Coffee Shop Aksara Kopi Dan Buku Samarinda. *EJournal Sosiatri-Sosiologi*, 2021(2), 122–136.
- Guntur, E. M. (2010). Transformasi Manajemen Pemasaran : Membangun Citra Negara (Cet., 1). Ikapi, Jakarta.
- Herdana, A. (2015). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).
- [ICO] International Coffee Organization. 2021. Konsumsi Kopi di Indonesia (2019 – 2021). Tersedia di <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fourth Edition). Pearson Education Inc.
- Kementerian Perindustrian. 2017. Peluang Usaha IKM Kopi. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, Jakarta. Tersedia di <https://kemenperin.go.id/download/17797/Peluang-Usaha-Industri-Kecil-Menengah-Kopi>
- Kementerian Pertanian. 2014. Pedoman Teknis Budidaya Kopi Yang Baik (Good Agriculture Practice/GAP On Coffee). Jakarta. Tersedia di <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/198391/permentan-no-49permentanot14042014-tahun-2014>
- Kotler, P & K. K. L. (2009). Manajemen Pemasaran (Edisi 13). Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Principles of Marketing. *World Wide Web Internet And Web Information Systems*, 42. <https://doi.org/10.2307/1250103>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Global Edition* (Vol. 17). Pearson.
- Kotler Philip & Amstrong. (2003). Dasar - Dasar Pemasaran Jilid 1 Edisi Kesembilan. *Basic of Marketing*.

- Kusumaningrum, P. W. (2020). Pengaruh Kenyamanan Tempat, Harga, Varian Produk, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen [Manajemen]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Lengkong, A.P., Pio, R.J., Joanne, V. (2021). Pengaruh *Brand Awareness* dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2).
- Mutamam, M., Sumarwan, U., & Tinaprilla, N. (2019). Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengisian Angin Merek Green Nitrogen. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*.
- Njoto, T. K. (2016). Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4).
- Purnama, N. I., Nasution, Mhd. F. H., & Astuti, R. (2022). Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(1).
- Ramanda, R., Tresnati, R., Maharani, N. (2017). Pengaruh Event Marketing terhadap Brand Awareness pada Event #Ngopingalagedays5 (Survei pada Konsumen Kedai Kopi Perjoeangan). *Prosiding Manajemen*.
- Rangkuti, F. 2013. Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta.
- Robiatul Adhawiyah, Y. (2019). Peran Pemasaran Media Sosial Dalam Menciptakan Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Merek (Studi Pada Instagram Clothing Line Bangjo). *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2).
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2).
- Selang, C. A. D. (2016). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado Oleh: Christian A.D Selang. *Jurnal Emba*, 1(3).
- Semuel, H., & Setiawan, K. Y. (2018). Promosi Melalui Sosial Media, Brand Awareness, Purchase Intention Pada Produk Sepatu Olahraga. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12.
- Sudarsono, A. T., & Rum, Mokh. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi pada Kedai Sehari Sekopi Sidoarjo. *AGRISCIENCE*, 2(2).
- Sudrajat, R. H., Primadani., Putri, S. (2017). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli. *E-Proceeding Of Management*, 4(1).

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sumarni, M. dan J. S. (2010). Dasar- dasar Ekonomi Perusahaan. In *Liberty* (Vol. 5, Issue 2).
- Sutopo, H. B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Sebelas Maret University Press.
- Tjiptono F. (2005). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali.
- Wahyudi, E., Martini, R., & Suswatiningsih, T. E. (2018). Perkembangan Perkebunan Kopi Di Indonesia. *Jurnal MASEPI*, 3(2).
- Walukow, ALP., & Mananeke, L. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Widodo, E., & Mukhtar. (2000). *Konstruksi ke Arah Penelitian Deskriptif*. Avirouz.
- Wijaksono, W., Santoso, S., & Pristi, E. D. (2022). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup Dan E-WOM terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Gusti Ponorogo. *MANOVA*, 4(2).