



## DAFTAR PUSTAKA

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

### Buku:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong (2016), *Principle of Marketing*, Edisi: 16, United States of America: Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong (2018), *Principle of Marketing*, Edisi: 17, United States of America: Pearson Education.
- Tiprono, Fandy (2019), *Strategi Pemasaran*, Edisi: 1, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Umar, Husein (2019), *Metode Riset Manajemen Pemasaran*
- Uma, Sekaran dan Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi: 6, Buku 2, Jakarta : Salemba Empat.
- Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler (2014), *Business Research Methods*, Edisi 12, USA: McGraw-Hill Irwin.
- Ghozali, Imam (2018), *Aplikasi analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 9, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

### Jurnal:

- Rose, Tipr dan Nofiyanti Fifi, (2020), 'Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Kekinian di Jakarta'. *Journal Literatus*, Vol. 2, No. 1, diakses 26 Mei 2021, <https://journal.neolectura.com/index.php/Literatus/article/view/33/20>
- Fandiyanto, Randika Dan Kurniawan Endriyarsari Ratih, (2019), 'Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Kopi Toraja Di Coffee Josh Situbondo'. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis* Vol. 7, No. 1, diakses 8 Juni 2021, <https://ejournal.upm.ac.id/index.php/ecobuss/issue/view/56>
- Prasetya, Bagus Riski Dan Iriani Setyo Sri, (2016), 'Pengaruh Promosi Penjualan Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Produk Yamaha Nmax (Studi Pada Komunitas Pemilik Sepeda Motor Premium Di Surabaya Pusat)'. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 4, No. 3, diakses 8 Juni 2021, <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/17273/15710>

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
- Oktaviasari Sandra, Arifin Rois, Dan ABS Khoirul.M, (2020), 'Promosi Penjualan, Store Atmosphere, Dan *Brand Image* Berpengaruh Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Kasus Pada Cafe Ortho Kopi Malang)'. Jurnal Riset Manajemen Vol. 10 No. 12, diakses 8 Juni 2021  
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/10820/8491>
- Luthfiana, Nadya Andika Dan Hadi. P Sudharto, (2019), 'Pengaruh Promosi Penjualan dan *E-service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee)'. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 8, No. 2, Page 97-104, Diakses 8 Juni 2021,  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/23683/21558>
- Zulganef, Muhamad Riyanto, Refina Aryatri, Cici Cahyani, Dan Muhamad Faisal Fahera, (2020), '*The Impact Of Online Sales Promotion And E-Service Quality On The Repurchase Intention Of Shopee Customers (A Case Study On ByersAt Shopee Marketplace)*'. PalArch's Journal of Archaeology of Egyptology, Vol. 17, No. 10, diakses 8 Juni 2021,  
<https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/6032/5931>
- Solihin, Dede (2020), 'Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening'. Jurnal Mandiri Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi'. Vol. 4, No. 1, diakses 23 Juni 2021,  
<http://jurnalmandiri.com/index.php/mandiri/article/view/99/78>
- Faradiba, Astuti Tri Rahayu Sri (2020), 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang)'. Diponegoro Journal Of Management, Vol. 2, No. 3, diakses 23 Juni 2021,  
[https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/viewFile/3206/3140#:~:text=Menurut%20Ferdinand%20\(2006\)%2C%20minat,preferensial%2C%20yaitu%20minat%20yang%20menggambarkan](https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/viewFile/3206/3140#:~:text=Menurut%20Ferdinand%20(2006)%2C%20minat,preferensial%2C%20yaitu%20minat%20yang%20menggambarkan)
- Sukma Wijaya, Bambang (2013), '*Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication*'. European Journal of Business and Management Vol. 5, No. 31, diakses 23 Juni 2021,  
<http://repository.bakrie.ac.id/153/1/KOM-Artikel-007%20Dimensions%20of%20Brand%20Image%20A%20Conceptual%20Review.pdf>



**Website:**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Konsumsi Kopi di Indonesia Naik 44 %. Diakses melalui <https://investor.id/business/konsumsi-kopi-di-indonesia-naik-44>, 10 Juli 2021.

Tren Kopi di Kalangan Mahasiswa. Diakses melalui <https://www.kompasiana.com/sesantimaharani5100/60b04bd4d541df5a284426a2/tren-kopi-di-kalangan-mahasiswa>, 10 Juli 2021.

Strategi penjualan online dan offline Kopi Kenangan. Diakses melalui <https://magazine.job-like.com/strategi-penjualan-kopi-kenangan/>, 10 Juli 2021

Kisah Edward Tirtanata mengembangkan bisnis Kopi Kenangan (Bagian 1). Diakses melalui <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/kisah-edward-tirtanata-mengembangkan-bisnis-kopi-kenangan-bagian-1>, 10 Juli 2021.

Kisah Edward Tirnata mengembangkan bisnis Kopi Kenangan (Bagian 2). Diakses melalui <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/kisah-edward-tirtanata-mengembangkan-bisnis-kopi-kenangan-bagian-2-1>, 10 Juli 2021.

Top Brand Indeks Kedai Kopi 2020. Diakses melalui [https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi\\_year=2020](https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_year=2020), 10 Juli 2021.

Kopi Kenangan yakin pendapatan naik 2 kali lipat ditengah pandemi, ini sebabnya. Diakses melalui <https://bisnis.tempo.co/read/1418436/kopi-kenangan-yakin-pendapatan-naik-2-kali-lipat-di-tengah-pandemi-ini-sebabnya>, 10 Juli 2021.

Top Brand Indeks Kedai Kopi 2021. Diakses melalui [https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi\\_year=2021](https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_year=2021), 10 Juli 2021.

Kopi Kenangan Ekspansi 800 gerai di 2021 dan ambisi go public pada 2023. Diakses melalui <https://industri.kontan.co.id/news/kopi-kenangan-ekspansi-800-gerai-di-2021-dan-ambisi-go-public-pada-2023>, 10 Juli 2021

Kopi Kenangan, About Misi Kopi Kenangan. Diakses melalui <https://kopikenangan.com/about>, 10 Juli 2021.

Word Branding Award. (n.d). Kopi Kenangan. Diakses melalui, [https://awards.Brandingforum.org/brands/ Kopi Kenangan/](https://awards.Brandingforum.org/brands/Kopi%20Kenangan/), 8 Juli 2021