

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. 2014. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Algifari. 2000. Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi:Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.
- Al Qur'an Surat Al Hujjurat ayat 6. 1898. Al Qur'an dan Terjemahnya. Bandung: Lubuk Agung.
- Al Qur'an Surat Al 'Imran ayat 159. 1898. Al Qur'an dan Terjemahnya. Bandung: Lubuk Agung.
- Al Qur'an Surat Al-Qalam ayat 4. 1989. Al Qur'an dan Terjemahnya. Bandung: Lubuk Agung.
- Al Qur'an Surat Asy-Syu'ara' ayat 181-183. 1989. Al Qur'an dan Terjemahnya. Bandung: Lubuk Agung.
- Azwar, Saifudin. 1997. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Databoks, 2021 Konsumsi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 ribu Ton, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton> , 17 November 2019, pukul 00.52.
- Darmawan, Rian dan Martini, Erni. 2019. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphone Oppo). E-Proceeding of Management. Vol.6 No.2.
- Dharmayana, I Made Arya dan Rahanatha, Gede Bayu. 2017. Pengaruh Brand Equity Brand Trust Brand Preference dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana. Vol.6 No.4.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. Pemasaran Produk dan Merek (Planning and Strategy). Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, M Anang. 2018. Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Gozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Undip.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Undip.

Hanjaya, Sanny. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk Dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol.1 No.2.

Herdianto, Dony. 2016. *Creative Selling Everyday*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Hasan, M Iqbal. 2001. *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Pt Bumi Aksara.

Hermawan, Yongki. 2017. Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement Lee Minho Dalam Iklan Luwak White Koffie Terhadap Brand Image dan Brand Repurchase Intention, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.4 No.1.

Indrayanto, Nur dan Supomo, Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta).

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.

Loka Data. 29 Desember 2019, pukul 18.47. Volume dan Nilai Ekspor Kopi 2002-2019, Lokadata.beritagar.id/chart/preview/volume-dan-nilai-ekspor-kopi-2002-2019-1563425481.

Machfoedz, Mas'ud. 2015. *Kewirausahaan Metode, Manajemen, dan Implementasi*. Yogyakarta: BPFE.

Magdalena, Puspita Astria, Dkk. 2015. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.23 No.1.

Masrukin. 2004. *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*. Kudus: Media Ilmu Press.

Masrukhin. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus.

Masrukin. 2015. *Statistik 1 Berbasis Computer Ekonomi Islam*. Kudus: Media Ilmu Press.

Mizfar, Fityan dan Sinaga, Aldon. 2015. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Kopi Instan. *Jurnal Agribisnis. Fakultas Pertanian*. Vol.11 No.2.

Ningsih, Ekawati Rahayu. 2010. *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*. Kudus: Nora Media Enterprise.

Noor, Juliansyah. 2011. Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah (Edidi pertama). Jakarta: Prenadamedia Group.

Nurohman, Yulfan Arif. 2017. Theoretical Review: Teori Merek Halal”, Among Makarti Vol.10 No.20.

Prastyo, Muhammad. 2016. Analisis Pengaruh Kesadaran Merek Persepsi Kualitas Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan Nescafe Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISSULA. Skripsi Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen.

Priyatno, Duwi. 2010. Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS. Yogyakarta: Penerbit Media Kom.

Putra, Muhammad Ikhsan, Dkk. 2014. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line Di Asia). Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.12 No.1.

Rosa, Mila, Dkk. 2018. Analisis Pangsa Pasar Dari Berbagai Jenis Merek Produk Kopi Instan Dengan Menggunakan Rantai Markov Di Kota Medan. Jurnal Ekonomi Sosial Pertanian dan Agribisnis.

Samosir, Ligia Stephani, Dkk. 2016. Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. Jurnal Socioteknologi. Vol.15 No.2.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Stanislaus, Sugiyarta dan Pratiwi, Pundani Eki. 2012. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Membeli Pada Mahasiswa Konsumen Oriflame Di Unnes. Intuisis Jurnal Psikologi Ilmiah. Vol.4 No.2.

Stella Maris. 17 November 2019, pukul 02.10. Ini Tren Minum Kopi Bagi Kalangan Muda, <https://m.liputan6.com/lifestyle/read/4119862/ini-tren-minum-kopi-bagi-kalangan-muda-indonesia>.

Sterie, Wua Gloria, Dkk. 2019. Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. Jurnal EMBA. Vol.7 No.4.

Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sugiyono. 1999. Metodologi Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta CV.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Barpress.

Sumarni, Murti dan Wahyuni, Salamah 2006. Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.

Supardi. 2005. Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis. Yogyakarta: UII Pres.

Suzandoko, Theo Hermawan, Dkk. 2019. Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Coffee Di Kota Surabaya. Jurnal Teknologi Industri Pertanian.

Tandarto, Rendy dan Dharmayanti, Diah. 2017. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Customer Loyalty Dengan Celebrity Endorsement Raline Shah Sebagai Variabel Intervening Top White Coffee Di Surabaya. Jurnal Strategi Pemasaran.

Umar, Husein. 2002. Metode Riset Bisnis (Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen Dan Akuntansi). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wardhana, Aditya dan Iba, Zainuddin. 2014. Pengaruh Penjualan Personal Terhadap Pengetahuan Produk dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suv Premium di Jawa Barat. Jurnal Kebangsaan. Vol.3 No.5.

We Online Jakarta. 29 Maret 2020, pukul 20.27. Simak Perjalanan Wings Group Perusahaan Milik Konglomerat Tertua di Indonesia, <https://amp-wartaekonomi-co-id.cdn.ampproject.org>.

Wings Food. 29 Maret 2020, pukul 21.11. White Coffe, <http://kopitop.com/prouct/detail/white-coffe>.

Yoesmanam, Indarto Candra. 2015. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan

Pembelian Pada Kosmetik Organik. Jurnal BISMA (Bisnis dan Manajemen). Vol.7 No.2.

