

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York (US): The Free Press, A Division of Simon & Schuster Inc.
- Bernarto, I. (2017). Pengaruh Perceived Value, Customer Satisfaction dan Trust terhadap Customer Loyalty Restoran XYZ di Tangerang. *JOURNAL FOR BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP*, 1(1).
- Chinomona, R. & Dubihlela, D. (2014). Does Customer Satisfaction Lead to Customer Trust, Loyalty and Repurchase Intention of Local Store Brands? The Case of Gauteng Province of South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 5, No. 9, pp. 23-32.
- Gale, B. (1994). *Managing customer value : quality and service that customers can see*, the free press, new York, NY.
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: BP Undip.
- Giovanis, A. N., & Athanasopoulou, P. (2014). Gaining customer loyalty in the e-tailing marketplace: the role of e-service quality, e-satisfaction and e-trust. *International Journal of Technology Marketing* 6, 9(3), 288-304.
- Griffin, J. (2003). *Customer loyalty : menumbuhkan dan mempertahankan pelanggan*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Hair, J. F. Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications. 3.3.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 11(1), 59-72.
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas: Studi tentang peran mediasi switching costs. *Jurnal siasat bisnis*, 15(1).
- Kang, J., & Hustvedt, G. (2014). Building trust between consumers and corporations: The role of consumer perceptions of transparency and social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 125(2), 253–265. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1916-7>
- Kapferer, J. N. (2008). *The new strategic brand management : creating and sustaining brand equity long term*. London and Philadelphia: Kogan-Page.

- Kelvianto, Y. E. (2020). Pengaruh Perceived Value, Brand Image, dan Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(2), 06-11.
- Kim, C. G.-nuH. (2012). Factors influencing internet shopping value and customer repurchase intention. *Electronic commerce research and applications*, 11(4), 374-387.
- Kolonio, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh service quality, trust, dan consumer satisfaction terhadap consumer loyalty pada Cv. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1).
- Kotler, P. (2000). *Prinsip – prinsip pemasaran manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- Lind, D. A., & Marchal, W. G. Mason.(2012). *Statistical Techniques In Business and Economics*.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: teori dan praktek*.
- Mayer, R. D. (2007). An integrative model of organizational trust. *The academy of management review* . 409-734).
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: A trust building model. *The journal of strategic information systems*, 11(3-4), 297-323.
- Monroe, Kent. B., 2002. Pricing: Making Profitable Decision. New York: Mc Graw Hill.
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. (1994), “The commitment-trust theory of relationship marketing”, *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38.
- Mowen, J. C. (2002). *Perilaku konsumen*. Erlangga.
- Oliver, R.L. (1999). “Whence Consumer Loyalty”, *Journal of Marketing*., Volume 63 Special Issue, pp. 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *1988*, 64(1), 12-40.
- Pramudyo, A. (2012). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta). *Yogyakarta: Jurnal Akademi Manajemn Administrasi (AMA) “YPK” Yogyakarta*.

- Ramadhan, M. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online GOJEK di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2), 153-169.
- Rangkuti, F. (2004). *Manajemen Persediaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Richardson, P. S., Dick, A. S., & Jain, A. K. (1994). Extrinsic and intrinsic cue effects on perceptions of store brand quality. *Journal of marketing*, 58(4), 28-36.
- Rimiyati, H., & Widodo, C. (2014). Pengaruh citra merek, kualitas produk, kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen merek Samsung Galaxy Series (Studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 223-234.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. (2016). *Metode penelitian untuk bisnis*. Jakarta: Salemba empat
- Setiadi, N. J., & Konsumen, P. (2003). Konsep dan Implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran. *Jakarta: Prenada Media*.
- Simamora, B. (2003). *Aura merek*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi.
- Singh, J., & Sirdeshmukh, D. (2000). Agency and trust mechanisms in consumer satisfaction and loyalty judgments. *Journal of the Academy of marketing Science*, 28(1), 150-167.
- Subagio, H., & Saputra, R. (2012). Pengaruh perceived service quality, perceived value, satisfaction dan image terhadap customer loyalty (studi kasus Garuda Indonesia). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 42-52.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syoalehat, Q. N., Azizah, S., & Kusumastuti, A. E. (2016). Pengaruh citra merek (brand image) terhadap loyalitas konsumen bakso bakar Pak Man Kota Malang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan (Indonesian Journal of Animal Science)*, 26(3), 20-26.
- Tantono, R. (2017). Pengaruh trust, product quality, dan price terhadap loyalitas pelanggan pembalut natesh. *Agora*, 5(2).
- Thamrin, G., Bernarto, I., & Kawata, Y. (2020). The influence of trust, satisfaction, value, and brand image on loyalty. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 12(2), 168-185.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Jakarta: Andi

- Utami, S.S, Semuel, Brahmana. (2013). Analisis pengaruh trust dan commitment terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan CV. Sumber Jaya Sakti Tarakan. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-9.
- Yang Z., Peterson R. (2004). Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: The Role of Switching Costs. *Psychology & Marketing*, 21 (10), 799-822.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.
- Databoks (2020). Konsumsi kopi domestik di Indonesia terus meningkat selama 5 tahun terakhir. Retrieved Oktober 2021, from databoks.com: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/24/konsumsi-kopi-domestik-di-indonesia-terus-meningkat-selama-5-tahun-terakhir>
- Databoks (2021). Starbucks miliki 32,8 ribu gerai di seluruh dunia, Terbanyak di AS. Retrieved Oktober 2021, from databoks.com: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/starbucks-miliki-328-ribu-gerai-resmi-di-seluruh-dunia-terbanyak-di-as>
- Hasibuan, L. (2018). Ketika starbucks bersaing kedai kopi lokal. Retrieved Oktober 2020, from Oktober 2021, from cnbcindonesia.com: <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20180515113828-25-14966/ketika-starbucks-bersaing-kedai-kopi-lokal>
- Ikhsania, A. (2017). Alasan konsumsi kopi jadi tren gaya hidup masyarakat urban. Retrieved Oktober 2021, from okezone.com: <https://lifestyle.okezone.com/read/2017/11/09/298/1811342/alasan-konsumsi-kopi-jadi-tren-gaya-hidup-masyarakat-urban>
- Melani, A. (2018). Berencana tutup 150 toko pada 2019, Saham starbucks turun tiga persen. Retrieved Oktober 2021, from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/saham/read/3564519/berencana-tutup-150-toko-pada-2019-saham-starbucks-turun-tiga-persen>
- Utari, F. (2019). Menjaga eksistensi kedai kopi kekinian. Retrieved Oktober 2021, from kumparan.com: <https://kumparan.com/faradiba-utari/menjaga-eksistensi-kedai-kopi-kekinian-1tnUFVV9CwQ>
- Zahriyah, D. A. (2019). Industri kedai kopi ditaksir tumbuh 20% tahun ini. Retrieved Oktober 2021, from ekonomibisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139918/industri-kedai-kopi-ditaksir-tumbuh-20-tahun-ini>