

## DAFTAR PUSTAKA

- Abaharis, H., & Aldwi, A. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aicos Di Padang Pariaman. 172.
- Alfionita, C. M., Suharyono, & Yulianto, E. (2016). PENGARUH EKUITAS MEREK TERHAAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 180.
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2021). PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK KARAWANG DI RAMAYANA MALL, KARAWANG. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 40.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2015). *ANALISIS REGRESI DALAM PENELITIAN EKONOMI & BISNIS (DILENGKAPI APLIKASI SPSS & EVIEWS)*. Yogyakarta: RajaGrafindo Persada.
- Dahwilani, D. M. (2019). *Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia*. Jakarta: iNews.id.
- Diyatma, A. J. (2017). PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SALA BISTRO & BAR. *e-Proceeding of Management*, 176.
- Dr. Ajat Rukajat, M. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Dr. Drs. Marsono, M. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Bogor: IN MEDIA.
- Dr. Hermanu Irawan, S. M. (2021). *MANAJEMEN MEREK & KEPUASAN PELANGGAN*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. M. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S. M. (2013). *PERILAKU KONSUMEN: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.

- Duli, N. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF: BEBERAPA KONSEP DASAR UNTUK PENULISAN SKRIPSI & ANALISIS DATA DENGAN SPSS*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Fibriany, F. W., & Dewi, Y. N. (2020, Oktober). Analisis Ekuitas Merek Kedai Kopi Kekinian. *Jurnal of Marketing Modern*, 63-64.
- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Heryanto, I. (2015). ANALISIS PEGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 84-85.
- Iwan Hermawan, S. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jawa Barat: Hidayatul Quran Kuningan.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: K E N C A N A.
- Matondang, Z. (2009). VALIDITAS DAN RELIABILITAS SUATU INSTRUMEN PENELITIAN. *JURNAL TABULARASA PPS UNIMED*, 93.
- Narecwari, N. A. (2021). PERANCANGAN FEED INSTAGRAM MAMBO COFFEE SHOP SURABAYA SEBAGAI MEDIA PROMOSI. 15.
- Nurhayati, S. (2017). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG DI YOGYAARTA. *JBMA- Vol.IV*, No. 2, 60.
- Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M. (2017). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 75.
- Putri, V. D., & Suasana, I. G. (2018). *PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI GERAI STARBUCKS COFFEE*.

- Rangkuti, F. (2009). *Startegi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setyo Tri Wahyudi, S. M. (2017). *STATISTIKA EKONOMI Konsep, Teori dan Penerapan*. Malang: UB Press.
- Slamet Riyanto, S. M., & Dr. Aglis Andhita Hatmawan, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Surhayani. (2015). (R. D. Wiatuti, & S. Kimberlee, Eds.)
- Susilo, D. (2021). *It's My MIAW ( Marketing In A Week)*. Bandung: Yrama Widya.
- Syaiful Bahri, S. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tasnim, & dkk. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Wiastuti, R. D., & Kimberlee, S. (2018, September). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Simetri Coffee Roaster Puri, Jakarta. *Jurnal Pariwisata*, 136.
- Wibisana, Y. (2021). PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FORE COFFEE DI CIPETE. *Jurnal of Economics and Business UBS*.
- Winatapradja, N. (2013, Juni). *EKUITAS MEREK PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DONAT J.CO DONUTS & COFFEE DI MANADI TOWN SQUARE*.
- Yuda Supriatna, S. M., Yoga Adiyanto, S. M., & Deni Sunaryo, S. (2019). *Induksi Manajemen Pemasaran*. Qiara Media.
- Yusup, F. (2018). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 22.
- Zaid, S. (2021). *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan*. Jawa Timur: Academia Publication.