

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, (1997), “*Dimensions Of Brand Personality*”. Journal of Marketing Research, Vol 34, No.1. Hal 347-356.
- Adhi Prakosa , (2019). *Brand Personality and Brand Quality Rating in the Coffee Industry*. Jurnal ustjogja.ac.id . Vol 1, No. 1. Hal 114-121.
- Achmad Efendi, Ni Wayan S Wardhani, Rahma Fitriani, & Eni Sumarminingsih, 2020. *Analisis Regresi (Teori dan Aplikasi dengan R)*. UB Press.
- Aziah Naufal Firda & Suyanto Ama, (2021). *Analisis Perbandingan Brand Personality Smartphone Samsung dan Apple*. Jurnal Ilmu Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen. Vol 6, No. 1. Hal 210-222.
- Aqnes Dominiq, Antonius Yuniarto, & Lena Ellitan , (2021) *.Pengaruh Experiential Marketing dan Service Quality Terhadap Customer Satisfication dan Repurchase Intention Pada Kafe Kopi Janji Jiwa Di Surabaya . Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA) Vol 10, No. 2. Hal 52-60.*
- Bonita, J.S., Mandarano, M., Shuta, D. and Vinson, J., (2007). *Coffee and Cardiovascular Disease: In Vitro, Cellular, Animal, and Human Studies*. Jurnal Pharmacological research. Vol 55, No. 3. Hal.187-198.
- BPS. (2022). *Statistik Kopi Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Christania A.S. Wowor¹ Bode Lumanauw² Imelda W.J. Ogi, (2021).*Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado*. Jurnal EMBA. Vol. 9 No.3. Hal 1058 - 1068
- Farhan Estu Manyar, & Ratih Hasanah Sudradjat, (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Marlina Kopi Sebagai Kedai Kopi Alam*. Jurnal e-Proceeding of Management. Vol 8, No. 6. Hal 3760-3766.
- Hariance, Rika, Rudi Febriamansyah, And Faidil Tanjung, (2016). “*Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta di Kabupaten Solok*”. Jurnal Agriseip: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. Vol 15, No. 1. Hal 111-126.
- Horn, R. (2008). *Online Courses: Understanding Independent T-Test*. Northern Arizona University.

- Julianto Amnilis, dan Gusriati, (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Kopi Pada Masa New Normal Di Coffee Shop Kota Padang*. JRIP (Jurnal Research Ilmu Pertanian). Vol 1, No.1. Hal 94-100.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (ed.). New Jersey.: Prentice Hall International.
- Kotler, Philip, Keller dan Kevin Lane. (2006). *Marketing Management. Pearson International Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lin Chin-Yi & Huang Wen-Pei. (2012). *Effects Of The Big Five Brand Personality Dimensions On Repurchase Intentions: Using Branded Coffee Chains as Examples*. *Journal Of Foodservice Business Research* 15. Vol 15. No1. Hal 1-18.
- Muhammad Hasyim, Prasuri Kuswarin, & Masdiana. (2020). *The Brand Personality Of Toraja Coffee As A Tourism Destination*. *Jurnal Of Archaeology OF Archaeology OF Egypt/Egyptology*. Vol 12. No. 4. Hal 1-14.
- Marie Liza Andhalia & Budi Andreas, (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan *The Breeza*, Bumi Serpong Damai. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*. Vol. 25. No.2. Hal 99-107.
- Nurtaufiq, Z. G., & Susanti, S. (2021). *Simulasi Manajerial Wirausaha Kedai Kopi Berbasis Web di Kong Djie Coffee*. *Jurnal eProsiding Sistem Informasi (Potensi)*. Vol 2, No.2. Hal 74-83.
- Novan Haryono & Rooney Octavia. (2014). *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Indept*, Vol. 4, No. 1. Hal 20-27.
- Pambudy. (2001). *Pengertian Sumber Daya Peralatan*. Diakses melalui www.id.shvoong.com. Pada tanggal 03 Maret 2023. Makassar.
- Pudji Rahardjo, (2012). *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Jakarta: Penerbar Swadaya.
- Robbins, Stephen P. & Mary Coulter. 2007. *Manajemen*. Edisi Kedelapan, Jakarta: PT Indeks.
- Sukmadinata. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Graha Aksara. Bandung.

- Sri Dewi Setiawati, Maya Retnasari, & Diny Fitriawati, (2019). *Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah*. Jurnal Abdimas BSI. Vol. 2, No 1. Hal. 125-136.
- Sumarwan & Ujang. (2004). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Saputra, E. (2008). *Kopi Harmoni*. Yogyakarta.
- Selvi & Ningrum Lestari (2018). *Gaya Hidup Minum Kopi Dalam Pengambilan Kopi (Studi Kasus Pada Kopi Kenangan Gandaria City-Jakarta)*. Jurnal Ilmiah. Vol 14. No. (1) Hal 24-30.
- Sandy Adithia & Mega Puspita Perwira Jaya. (2021). *Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi Di Masa Pandemi*. Jurnal Of Research On Business and Tourism. Vol 1. No.1 Hal 37-46.
- Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-16, Maret 2012. Alfabeta, Bandung. Diakses pada 05 Januari 2023.
- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group. Diakses pada 25 Februari 2023.
- Tambunan, Leo Prima R. (2018). *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Kopi Bubuk Lokal dan Kopi Instan di Kota Pematangsiantar*. Skripsi. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Tandiono Maily Cynthia & Sahetapy Laura Wilma, (2020). *Analisis Brand Personality Dari Franchise Kopi Janji Jiwa di Surabaya*. Jurnal Agrora. Vol 8, No.1. Hal 1-6.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Venna Melinda Mulyaputri, (2021). *Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan Di Kota Surabaya*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 9 No.1. Hal 91-101.
- Vina Elviana Yuliadewi, (2021). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Terhadap Consumer-Based Brand Equity dan Purchase Intention (Studi Pada Penonton Iklan Nu Green Tea Oleh Nct 127 di Kalangan Mahasiswa Universitas Brawijaya)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fe. Vol 9, No. 2. Hal 1-20.

- Vicky Hanggara, Ritzky Karina M.R, & Brahmana, S.E., Ma. (2015). *Pengaruh Brand Personality Teh Javana Terhadap Purchase Intention Melalui Pendekatan Self-Image Congruence*. Jurnal Strategi Pemasaran .Vol 3, No. 1. Hal 1-8.
- Wulandari, Y. S., & Fatchiya, A. (2015). *Efektivitas Promosi Melalui Twitter Pada Perusahaan Pariwisata Bahari "Ibu Penyu"*. Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM], 1(2), 195-207.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan dalam bisnis (3rd ed.)*. Jakarta: PT Alex Media Komputido.
- Yandi M, (2022). *Profil Kopi Kenangan*. <https://kopikenangan.com/about>. Diakses pada 03 Januari 2023.