

## DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Aaker, David. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Amstrong, G. & Kotler. P. (1997). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Cetakan pertama. Jakarta: Erlangga.
- Assael, H. (1995). *Consumer Behaviour and Marketing Action*. Boston : Kent Publishing.
- Bloom, B. S. ed. et al. (1956). *Taxonomy of Educational Objectives: Handbook 1, Cognitive Domain*. New York: David McKay.
- Colin, V.L. (1996). *Human Attachment*. New York : McGraw-Hill.
- Cooper, Donald R., & Schindler, Pamela S. (2011). *Business research methods* (11th ed.). New York: Mc GrawHill/Irwin.
- Ghozali, Imam. (2011). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo, W. (1996). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT Grasindo.
- Hartono Jogyanto, (2004), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Edisi 2004-2005, BPFE, Yogyakarta.
- Indriantoro, nurdan Supomo, bambang (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta : Penerbit BPFE.
- Kotler, Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2008) . *Prinsip – prinsip pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Penerbit Erlangga , Jakarta.
- LaSalle, D., & Britton, T.A. (2003). *Priceless: Turning ordinary products into extraordinary experiences*. Boston: Harvard Business School Press.
- Meyer, C & Schwager, A. (2007). *Understanding customer experience*. Harvard Business Review
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2003). *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta. Jakarta.

Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Robbins,S.P.(1994).*Teori Organisasi*. Jakarta:Arcan

Roscoe, (1975), dikutip dari Uma Sekaran, 2006, *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.

Suliyanto, (2005), *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*, Bogor : Ghalia Indonesia.

Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Westbrook, R. A., dan Oliver, R. L. (1991). "The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction". *Journal of Consumer Research*, 18.

Jurnal :

Andayani dan Setiawan. (2016). *Analisis Kepuasan Konsumen (Suatu Kasus pada Kedai Kopi di Wilayah Majalengka)*

Anggraeni, Dewi. (2014). *Loyalitas Konsumen Kedai Kopi di Surabaya (Studi Deskriptif Loyalitas Konsumen Coffee Toffee di Surabaya)*.

Ardyan et al. (2016). *Enhancing Brand Experience Along With Emotional Attachment Towards Trust and Brand Loyalty*. Vol. 18.

Belk, R.W. (1988). *Possessions and the extended self*. The Journal of Consumer Research,15.

Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). *Brand experience: what is it? how is it measured? does it affect loyalty?* Journal of Marketing, 73

Brown dan Alnawas. (2017). *Service quality and brand loyalty The mediation effect of brand passion, brand affection and self-brand connection*

Chen dan Quester. (2006). *Modeling store loyalty: perceived value in market orientation practice*.

- Delgado-Ballester, E., Munuera-Aleman, J. L., & Yague-Guillen, M. J. (2003). *Development and validation of brand trust scale*. International Journal of Market Research, 45
- Dick dan Basu, Oliver, Belk, O'Brien dan Jones dalam Sukoco dan Hartawan. (2011). *Pengaruh Pengalaman dan Keterikatan Emosi pada Merek Terhadap Loyalitas Konsumen*.
- Dick, A.S dan Basu, K., (1994), "*Customer Loyalty : Toward an Integrated Conceptual Framework*", Journal of The Academy Marketing Science, Vol.22
- Fauzi, Punia, dan Kamajaya. (2017). *Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar)*
- Fraering dan Minor. (2012). *Beyond loyalty: customer satisfaction, loyalty, and fortitude*.
- Keller, K. L. & Lehmann, D. R. (2006). *Brand and branding: Research finding and future priority*. Marketing science, 25
- Mascarenhas, O. A., Kesavan, R., & Bernacchi, M. (2006). *Lasting customer loyalty: a total customer experience approach*. Journal of Consumer Marketing, 23(7),
- Nguyen, et al. (2010). *Brand loyalty in emerging markets*.
- Oliver, Richard L., (1999), "*Whence Consumer Loyalty*", *Journal of Marketing*., Volume63 Special Issue,
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (1988). "*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*". Journal of Retailing. Vol 64.
- Setiati, Grace; Imam Santosa; dan Achmad Syarief. (2015). *Gender dan Place Attachment pada Coffee Shop Di Bandung*.
- Subagio dan Pranoto. (2015). *Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction pada Konsumen di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya*.
- Thomson, M., MacInnis, D., & Park, W. (2005). *The ties that bind: Measuring the strength of consumer's emotional attachment to brands*. Journal of Consumer Psychology, 15
- Wang dan Wu. (2011). *Customer loyalty and the role of relationship length*.

Website :

Muchlisin Riadi (2016 , 22, Oktober). Pengertian dan Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen. Di akses dari <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-dan-faktor-yang-mempengaruhi-perilaku-konsumen.html>

Muhammad Tohir (2017 , 26 December). Pengertian Produk Menurut Para Ahli Dan Jenis Jenis Produk . Di akses dari <https://www.bangtohir.com/pengertian-produk-menurut-para-ahli-dan-jenis-jenis-produk/>

(2017, 13 November). POTENSI KOPI INDONESIA DALAM GAYA HIDUP MASA KINI. Di akses dari <http://validnews.co/POTENSI-KOPI-INDONESIA-DALAM-GAYA-HIDUP-MASA-KINI-SZJ>

Banyubening Prieta (2017 , 15 Agustus). The Homey Lighthouse Coffee Brewery. Di akses dari <http://www.indonesiadesign.com/architecture-interior/the-homey-coffee-brewery/>

Tri Wahyuni (2015 , 3 Oktober). Tren Kopi dari Masa ke Masa di Indonesia. Di akses dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151002171133-262-82449/tren-kopi-dari-masa-ke-masa-di-indonesia>

Mustika Treisna Yuliandri (2015, 12 November). Evolusi Kedai Kopi. Di akses dari <https://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>

<https://lighthousecoffeebrewery.wordpress.com/>

Mustika Treisna Yuliandri (2015 , 18 Febuari). Jenis – jenis Kopi Nusantara . Di akses dari <https://majalah.ottencoffee.co.id/jenis-jenis-kopi-nusantara/>

Chika (2016 , 4 Oktober ). Kopi-kopi Indonesia yang Mendunia . Di akses dari <https://medium.com/@090418/kopi-kopi-indonesia-yang-mendunia-7777cc10c2ab>

(2017 , 11 Desember ). Menikmati Cita Rasa Kopi Original Terbaik, Ngopi yang Sebenarnya Lewat 10 Brand Kopi Hitam ini! Di akses dari <https://bp-guide.id/AXcz8zkr>

Iskandar Bakrie (2017 ,13 Febuari). Gairah Hidup Dimulai Dari ‘Seruput’ Secangkir Kopi. Diakses dari <https://nusantara.news/gairah-hidup-dimulai-dari-seruput-secangkir-kopi/>

Sylviaqotrun Nada (2017 , 24 Januari) . Coffee Shop dari Masa ke Masa . Diakses dari [https://www.kompasiana.com/sylviaqn/coffee-shop-dari-masa-ke-masa\\_58864f198023bd420a8af4a6](https://www.kompasiana.com/sylviaqn/coffee-shop-dari-masa-ke-masa_58864f198023bd420a8af4a6)