

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. and Keller, K.L. (1990). *Consumer evaluation of brand extension. Journal of Marketing*, Vol. 54.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ambarwati, M., Sunarti, Mawardi, M.K. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 25 No. 1
- Arifin, E., Fachroddi, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX*, Volume V, No. 1.
- Arslan, M., Phil, M. (2014). *Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan. Research on Humanities and Social Sciences*, Vol. 4, No. 22.
- Assael, H. (2004). *Consumer Behavior: A Strategic Approach*. 6th Edition. Boston, MA: Houghton Mifflin Company.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Desiarista, E., Triastuti, S.R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 13 No. 1.
- Durianto, S. dan Sitinjak T. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, A.P. 2008. Analisis Perbandingan Penggunaan *Celebrity Endorser* dan *Typical-Person Endorser* dan Hubungannya Dengan *Brand Image* Produk. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol.1X,No.1
- Hidayati, T.A., Suharyono, Fanani, D. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Penghuni Ma'had Sunan Ampel Al-Aly UIN Malang Tahun Angkatan 2012/2013). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 2 No. 1.

- International Coffee Organization*. (2018). *Historical Data on the Global Coffee Trade*. Diakses dari http://www.ico.org/new_historical.asp?section=Statistics pada tanggal 3 Maret 2019
- Kotler, P dan Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, P dan Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mullins, J. W. dan Walker Jr, O. C. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*. 8th Edition. McGraw-Hill International Edition.
- Negara, A.A., Arifin, Z., Nuralam, I.P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli (Survei pada Pembeli di Gerai Starbucks di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 61 No. 2.
- Randi (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli pada Makanan *Fast Food* Ayam Goreng (Studi pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru). *JOM FISIP*, Vol. 3, No. 2
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2008), *The Power Of Brands*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Razy, F.F. (2015). *Investigating Relationship between Brand Image, Price Discount and Purchase Intention*. *Journal of Marketing and Consumer Research*, Vol. 17.
- Romadoni. (2016). Begini Kondisi Starbucks Tempat Pelaku Bom Sarinah. Diakses dari <https://www.liputan6.com/news/read/2411795/begini-kondisi-starbucks-tempat-pelaku-bom-sarinah> pada tanggal 8 Maret 2019.
- Sardiman, A.M. (1996). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, S. W. (1995). *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business (Metode Penelitian untuk Bisnis)*. Edisi Keempat. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Semuel, H., Lianto, A.S. (2014). Analisis eWOM, *Brand Image*, *Brand Trust* dan Minat Beli Produk *Smartphone* di Surabaya. *Jurna Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2.

- Soemanto, W. (1998). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Rineka Cipta.
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. 11th Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Suryabrata, S. (1993). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Quality and Satisfaction*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wu, et. al (2011). *The effect of store image and service quality on brand image and purchase intention for private label brands. Australasian Marketing Journal*, Vol. 19.

