

DAFTAR REFERENSI

- Abbas, A. G. A. (2018). The Effect Of Celebrity Endorsement On Customer Purchase Intention: Comparative Study. *Current Economics And Management Research, curr. ISSN 2356-8887*.
- Abral, H. et al. (2019). A simple method for improving the properties of the sago starch films prepared by using ultrasonication treatment. *Food Hydrocolloids, 93*, 276-283.
- Amanda, L. C., & Suprihhadi, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Sosial Media, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Babeh Street Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 7(12)*.
- Armstrong, K. (2018). *menyatakan sebagai seni dan ilmu dalam memilih target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan mereka*.
- Astuti, R. L. M. B., & Santoso, H. P. (2016). Pengaruh Promosi Online dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Konsumen Tas Online Shop Fani House. *Interaksi Online, 5(1)*, 1-10.
- Fandiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ecobuss, 7(1)*, 21-42.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, 10(1)*, 1-20.
- Hartyanti, A. K. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian As32 Ayam Geprek* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Irpansyah, M. A., Ramdan, A. M., & Danial, R. D. M. (2019). *Kredibilitas dan kekuatan selebgram dalam meningkatkan minat beli pada toko online di instagram. COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting, 2(2)*, 248-255.

- Iwan, I. Dan Saputra, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada Pt Prima Bintang Distribusindo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. Vol. VIII No. 2 - Tahun 2020.
- Jung, K. Y. (2017). Influence of Sociocultural Services of Brand Image and Loyalty of Café. *The Korean Society of Business Venturing*, 163-175.
- Khumairo, K., Lukiana, N., & Kasim, K. T. (2018, August). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang. In *Proceedings Progress Conference* (Vol. 1, No. 1, pp. 262-270).
- Poerwadi, S., Suyanto, M., Hidayat, A., Purwadi, P., & Eq, Z. M. (2020). *Influence of brand extention strategy, brand image and brand trust on coffee product's brand equity*. *International Journal of Marketing Studies*, 11(3), 1-26.
- Purnama, I. (2020). Pengaruh promosi online dan endorsmen selebgram terhadap minat beli konsumen. *Youth & Islamic Economic*, 1(02), 14-20.
- Putra, R. R., & Mustikasari, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus: Air Minum Kemasan Le Minerale, 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Rose, T., & Nofiyanti, F. (2020). Brand Image of Interest In Buying Current Coffee Consumers in Jakarta. *Jurnal Literatus*. Vol. 2, Vol. 1 – Tahun 2020.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee And Tea Di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 26(2).
- Solikhah, I. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Oriflame Di Lumajang. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. Trihendrawan, N. (2019).
- Trihendrawan, N. (2019). Sektor Kuliner Indonesia Tumbuh 12,7%.