

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis (JSMB)*, 6, 96-104.
- Andriadi, A., Untarini, A. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan dan Citra Merek Telkom Flexi Terhadap Niat Beli Ulang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1, 1-10.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2017). *Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman terhadap PDB Nasional (TW I 2014-TW III 2017)*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Biel, A., and Aaker, D. (2013). *Brand Equity & Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brands*. New Jersey: Taylor & Francis.
- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Alfabeta.
- Chen, H., Hsieh, T. (2011). A Study of Antecedents of Customer Repurchase Behaviors in Chain Store Supermarket. *The Journal of International Management Studies*, 6, 537-544.
- Cronin, J., Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 1, 55-68.
- Dewi, I. (2009). *Creating and Sustaining Brand Equity Aspek Manajerial Akademis dari Branding*. Yogyakarta: Amara Books.
- Engel, J. F., Blackwell, R., and Miniard, P. (2005). *Perilaku Konsumen Jilid 1 (Pen: Budiyanto)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Estu, M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.com. *IKRAITH-HUMANIORA*, 2, 1-15.
- Faradiba., Triastuti, S. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang. *Journal of Management*, 2, 1-11.
- Fandiyanto, R., Kurniawan, R. E. 2019. Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7, 21-43.
- Febrini, I., Retno, W., Misbahul, A. (2019). Pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10, 35-55.

- Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hasan, A. (2015). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. CAPS.
- Hendarsono, G., Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1, 1-8
- Hidayati, T., 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 yang Mengonsumsi Mie Instan Merek Indomie). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2, 112-122.
- International Coffee Organization. (2017). World Coffee Consumption. <http://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/1b-domestic-consumption.pdf>
- Irawan, J. (2006). *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Gramedia.
- Isnandini, N., Suhermin. (2018). Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Keanekaragaman Produk Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7, 1-21.
- Johnston, R., Kong, X. (2011). The Customer Experience: a Road Map for Improvement. *Managing Service Quality*, 1, 5-24
- Keller, K. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. and Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran*. MM. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, K. (2012). *Marketing Management 14th*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. and Keller, K. (2015). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. and Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi 15*. Jakarta: Erlangga.
- Lunnette, C., Andreani, F. 2017. Kepuasan Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang di Gyu Kaku Galaxy Mall. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 5, 1-8.

- Maresza, A. (2019). Press Release - Janji Jiwa pecahkan rekor MURI. Artikel *online* <https://www.lunarabrands.com/post/press-release-janji-jiwa-pecahkan-rekor-muri>.
- Mantala, R., Firdaus, M. (2016). Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer Satisfaction* pada Pengguna *Smartphone* Android (Studi pada Mahasiswa Politeknik Negeri Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4, 153-165.
- Meyer, C. and Schwager, A. (2007). *Understanding customer experience*. Harvard Business Review.
- Muhajirin, K. (2018). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Beli Konsumen dalam Berbelanja *Online* (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bima), *Jurnal Akrab Juara*, 3, 113-122.
- Ramadhan, A., Santosa, B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening*. *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1-12.
- Ridhania, F. (2012). Pengaruh citra merek terhadap gaya keputusan konsumen pada produk *starbucks*, *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, 1, 93 – 99.
- Rizan, M., Handayani, K., Kresnamurti, A. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 6, 457-479.
- Safitri, K. Analisis pengaruh *customer experience* dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang di *Storia Caffe MMXVI*. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 66 – 75.
- Saraswati, M., Ari, P., Wahyu, H. (2014). Pengaruh Country Of Origin, Brand Image, Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Denpasar. *Skripsi*. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.
- Sanjaya, V., Samuel, H., Dharmayanti, D. (2013). Pengaruh *Customer Experience Quality* terhadap *Customer Satisfaction & Customer Loyalty* di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya: Perspektif B2C. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*, 1, 1-15.
- Schmitt, B. (2003). *Customer Experience Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Solikatun., Drajat, T., Argyo, D. (2015). Perilaku konsumsi kopi sebagai budaya masyarakat konsumsi: Studi fenomenologi pada peminum kopi di Kedai Kopi Kota Semarang, *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4, 60 – 74.
- Suharyani, K. (2015). Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian produk minuman teh botol sosro pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi UNDIKSHA. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)*, 5(1), 1 – 13.

- Sunarto, A. (2009). *Seluk Beluk E-Commerce*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Supriyadi, Fristin, Y., Ginanjar, I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang), *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3, 135-145.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B., dan Irawan, T. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Prilaku Konsumen*. Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. 2011. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yanuar, F. dan Sumarsono. (2014). “Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Komunikasi Pemasaran dan Epuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merk Pada Restoran Merah Putih Porwokerto, *Jurnal Performance*, 19, 1-16.
- Yulianti, Y., Deliana, Y. (2018). Gaya hidup kaitannya dengan keputusan konsumen dalam membeli minuman kopi, *Jurnal AGRISEP*, 17, 39 – 50.
- Wahyudi, K. (2016). Dampak Gaya Hidup Moderen Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar). *Skripsi*. Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin, Makassar.
- Wardhana, Reza Eka. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3).
- Wijaya, D., Sunarti. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Starbucks, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(2): 75-84
- Wingsati, W., Prihandono, D. (2017). Pengaruh Penanganan Kegagalan Layanan, Kepercayaan, dan Gaya Hidup terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6, 195-206
- Yolandari, N., Kusumadewi, N. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Situs *Online Berrybenka.com*). *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 7, 5343-5378
- Zahroh, A. 2020. Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa di Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8, 868 – 875.