

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Diterjemahkan oleh: Aris Ananda. Spectrum Mitra Utama Pretince Hall, Jakarta.
- Adriana, D.A. 2017. Perbandingan Penilaian konsumen terhadap Ekuitas Merek Coffe Shop di Bandar Lampung. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- BPS. 2018. *Data Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kabupaten Banyumas*. Badan Pusat Statistik, Purwokerto.
- Djarwanto, dan S. Pangestu. 2000. *Statistik Induktif*. BPFE, Yogyakarta.
- Durianto, D., Sugiarto, & T. Sitinjak. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Prilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Efendy. 2008. Analisis Ekuitas Merek Kecap serta Implikasinya Terhadap Strategi Pemasaran di Kota Tangerang. *Skripsi*. Institit Pertanian Bogor, Bogor.
- Etriya, U., Sumarwan, & Kirbrandoko. Analisis Ekuitas Berbagai Merek Minyak Goreng. *Jurnal Manajemen Agribisnis*. 2 : 127-139.
- Faisyal & A. Murwani. 2008. Analisa Faktor yang Mempengaruhi Konsumen SES AB dalam Pemilihan Merek Kopi bubuk di DKI Jakarta. *Journal of Business strategy and Execution*. 1(1): 121-134
- Gadung, A., Wan, A.Z. & Ktut, M. 2015. Analisis Kepuasan dan Loyaliti Konsumen Kopi Bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia (SB-CBD) di Kota Bandar Lampung. *JIIA*. 3(4): 370-376.
- Godam. 1970. *Isi Kandungan Gizi Kopi Komposisi Nutrisi Bahan Makanan*. <http://www.organisasi.org/1970/01/isi-kandungan-gizi-kopi-komposisi-nutrisi-bahan-makanan.html#.W1YZ1mAzbIX>. Diakses pada 22 Juli 2018.
- Harminingtyas, R. & Susetyarsi, T. 2013. Pengaruh Media Iklan dan Model Iklan terhadap Minat Beli konsumen pada Kopi Bubuk Siap Saji Merek Luwak White Coffie di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*. 7(3): 82-111.
- Katadata. 2017. *Berapa Konsumsi Kopi di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia>. Diakses pada 20 September 2018.

- Kimchuk, M. R., & S. A. Krasovec. 2007. *Desain Kemasan*. PT Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Kotler, P. & K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Komerendo, H.A.P. 2016. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Konsumen Kopi R&G 3 in 1 Kapal Api Mocha di Bandar Lampung. *Tesis*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
- Mangkunegara, P. A. 2002. *Perilaku konsumen*. Refika Aditama, Bandung.
- Nazir, M. 2011. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Ong, J. O. & Pambudi, J. 2014. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan *Importance Performance Analysis* di SBU *Laboratory* Cibitung PT Sucofindo (PERSERO). *J@TI Undip*. 9(1): 1-10.
- Pradinata, J. 2017. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kopi AAA di Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ekonomi Islam*. 8(2): 168-182.
- Putra, R.P. 2013. Analisis Penilaian Konsumen untuk Mengatur Ekuitas Merek pada Pengunjung Starbucks Coffee, Excelso Coffee, dan Ngopi Doeloe di Kota Bandung. *Skripsi*. Fakultas Teknik Informatika, Jurusan Administrasi Bisnis. Institut Manajemen Telkom.
- Qomariyah, N., Imam, S & Mas'ud, E. 2014. Analisis Sikap Konsumen dan Kinerja Atribut Kopi Bubuk Sido Luhur (Studi Kasus di UKM Kopi Bubuk Sido Luhur, Kota Malang). *Jurnal Industria*. 3(1): 53-61.
- Ridwansyah. 2003. *Pengolahan Kopi*. Departemen Teknologi Pertanian. Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Rangkuti, F. 2002. *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Santoso. 2011. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Bakpao Telo Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA). *Jurnal Teknologi Pertanian*. 12 (1) : 9.
- Setyaningsih, R. 2008. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekuitas Merek untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang. *Tesis*. Program Studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro, Semarang.

- Simamora, B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Soebijanto, F. & Y.S. Kunto. 2013. Analisa Efektifitas Program Promosi Top gondola Kopi Kapal Api Ditinjau dari Peningkatan Ekuitas Merek dan Minat Beli (Studi Kasus di PT Fastrata Buana Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA*. 1(2): 1-8.
- Stanton, W. J. 2003. *Prinsip Pemasaran. Terjemahan oleh Charles Schewe, Edisi Ketiga*. Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Susanto, A.B. & Wijanarko, H. 2004. *Power Branding*. Quantum, Bandung.
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing, Bandung.
- _____. 2011. *Manajemen dan Strategi Merek*. Edisi I. Andi Publisher, Yogyakarta.
- Top Brand Index. 2017. *Top Brand Index Merek Kopi Bubuk Berampas*. <http://www.topbrand-award.com>. Diakses pada 22 Juli 2018.
- _____. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen Jasa*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wikipedia. 2018. *Top Brand Index*. https://id.wikipedia.org/wiki/Top_Brand_Award. Diakses pada 22 Juli 2018.
- Wijaya, I. P. S., & I. G. A. K. Giantari. 2018. Analisis Elemen Elemen Brand Equity pada Produk Minuman The Kemasan di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud*. 3: 1339-1367.
- Wijaya, S. 2008. Analisis Penilaian Konsumen terhadap Ekuitas Merek Coffe Shops di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. 3(2): 89-101.