

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriko, & Hidayat. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Merek Honda Vario Pada Cv. Rafika Jaya Motor Di Kecamatan Medan Denai). *Jurnal Bisnis*, V(1), 15–27. <https://doi.org/2621-3982>
- Azzahro, W., Ali, S., & Subagja, G. (2022). Perilaku Konsumen Perempuan Di Kedai Kopi Kota Bandar Lampung Women Consumer Behavior At Coffee Shop Bandar Lampung City. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(9), 692–702.
- Bernadeta Rosariana. (2021). *Generasi “Milenial” Dan Generasi Kolonial*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/14262/generasi-milenial-dan-generasi-kolonial.html>
- Cece, S. I. (2015). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth Di Sogo Galaxy Mall Surabaya. *Manajemen Kinerja*.
- Dipa, M. (2022). *Ditunjuk Jadi Chief Savor Advisor, Vidi Aldiano Dapat Tugas Kreasi Hingga Kurasi Produk Fore Coffee - Wartakotalive*. [Wartakotalive.Com. https://wartakota.tribunnews.com/2022/08/23/ditunjuk-jadi-chief-savor-advisor-vidi-aldiano-dapat-tugas-kreasi-hingga-kurasi-produk-fore-coffee](https://wartakota.tribunnews.com/2022/08/23/ditunjuk-jadi-chief-savor-advisor-vidi-aldiano-dapat-tugas-kreasi-hingga-kurasi-produk-fore-coffee)
- Fadli. (2022). *Gandeng Thariq Halilintar Jadi Brand Ambassador, Kopi Lain Hati Luncurkan Empat Menu Baru*. <https://beritakota.id/2022/03/21/gandeng-thariq-halilintar-jadi-brand-ambassador-kopi-lain-hati-luncurkan-empat-menu-baru/>
- Gifari, Z. (2022). *Kisah Sukses Fore Coffee, Coffee Shop Kekinian Ala Milenial*. <https://store.sirclo.com/blog/kisah-sukses-fore-coffee/amp/>
- Giovanni, A., & Nadapdap, H. J. (2021). Mixed Strategy Dalam Persaingan Bisnis Industri Pengolahan Kopi Bubuk. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 210. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.28179>
- Hayati, A. F., & Damanik, N. P. (2022). Visibility, Credibility, Attraction Dan Power Brand Ambassador Mempengaruhi Brand Image Produk Mie Sedaap Pada Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (Jipe)*, 12(1), 61. <https://doi.org/10.24036/011168570>
- I Gede Putu Pranadata, Mintarti Rahayu, A. S. H. (2017). Analisis Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Perceived Value, Brand Satisfaction, Dan Brand Loyalty ( Studi Kasus Pada Industri One Stop Carcare Service Di Kota Malang) I Gede Putu Pranadata, Mintarti Rahayu, Ananda Sabil Hussein. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 217–228.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. Bin. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880.

<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>

- Kho, M. C. K., & Indriyani, R. (2014). Perumusan Blue Ocean Strategy Sebagai Strategi Bersaing Pada Perusahaan Keluarga Cv. Gama Abadi Agora. 2((2)).
- Kusuma, Y. S. (2014). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Yohanes Surya Kusuma Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya. *Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–11.
- Larassati, D., Latif, F., & Indahyani, T. (2021). Interior Design Of Coffee Shop With Showroom In Jakarta. *Iop Conference Series: Earth And Environmental Science*, 729(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/729/1/012069>
- Lestari, D. A., & Nurhadi, N. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Produk Kosmetik Wardah Di Surabaya Selatan. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(2), 22–30. <https://doi.org/10.31869/Me.V7i2.2714>
- Lusiana Mustinda. (2016). *Generasi Millennial Terbukti Lebih Banyak Minum Kopi Dibandingkan Generasi Sebelumnya Baca Artikel Detikfood, “Generasi Millennial Terbukti Lebih Banyak Minum Kopi Dibandingkan Generasi Sebelumnya” Selengkapnya* <https://food.detik.com/info-kuliner/d-335095>. Detikfood. [https://food.detik.com/info-kuliner/d-3350957/generasi-millennial-terbukti-lebih-banyak-minum-kopi-dibandingkan-generasi-sebelumnya#:~:Text=Kopi Kini Makin Banyak Dikonsumsi,Sekitar 19 Hingga 34 Tahun](https://food.detik.com/info-kuliner/d-3350957/generasi-millennial-terbukti-lebih-banyak-minum-kopi-dibandingkan-generasi-sebelumnya#:~:Text=Kopi%20kini%20makin%20banyak%20dikonsumsi%2C%20sekitar%2019%20hingga%2034%20tahun)
- Maulana, Y. (2021). *Generasi Z Dan Milenial Dominasi Jumlah Penduduk Di Jawa Barat*. <https://news.detik.com/berita-jawa-barat>
- Nurazhari, L., & Putri, Y. R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Brand Image Tokopedia Periode 2021. *Medium*, 10(1), 166–174. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9244](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9244)
- Nurdianah, I. (2019). *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran*.
- Oktavia, F. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. *Ilmu Komunikasi*, 4(1), 239–253. [Ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id)
- Permata Sari, D. P. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness : Jkt48 Pada Iklan Pocari Sweat Di Sma Brawijaya Smart School Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 3(2), 104–116.
- Pohan, V. G. R. (2005). Pemecahan Konflik Interpersonal Pada Remaja Yang Populer. *Universitas Stuttgart*, 1–18. <https://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/3520/psikologi-vivi-gusrini.pdf?sequence=1&isallowed=Y>

- Pramelani, P. (2020). Faktor Ketertarikan Minuman Kopi Kekinian Terhadap Minat Bel-I Konsumen Kalangan Muda. *Managemnt Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 121–129. <https://doi.org/10.33369/Insight.15.1.121-129>
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Kebutuhan Pembekian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17. <httpse-jurnal.lppmunsera.org/index.php/smarticledownload27071734>
- Raihanah, S., Sari, S., & Usman, A. (2021). Kata Kunci: Brand Ambassador, Brand Image, Produk Wardah. *Journal Of Business Administration*, 1(2), 111–121.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.21107/Jsmb.V6i2.6690>
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi* (A. C (Ed.)). Samudra Biru (Anggota Ikapi).
- Rizaty, M. A. (2022). *Konsumsi Kopi Indonesia Terbesar Kelima Di Dunia Pada 2021*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/konsumsi-kopi-indonesia-terbesar-kelima-di-dunia-pada-2021>
- Sampurna, D. A., & Sudradjat, R. H. (2023). *The Influence Of Windah Basudara Brand Ambassador On Rex Regum Qeon Esports Team Brand Loyalty Pengaruh Brand Ambassador Windah Basudara Terhadap Brand Loyalty Tim Esports*. 4(3), 2740–2749.
- Sekaran Dan Bougie. (2013). Research Methods For Business: A Skill-Building Approach. In *Leadership & Organization Development Journal* (Vol. 34, Issue 7, Pp. 700–701). <https://doi.org/10.1108/Lodj-06-2013-0079>
- Semuel, H., & Putra, R. S. (2018). Brand Experience, Brand Commitment, Dan Brand Loyalty Pengguna Apple Iphone Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 69–76. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.12.2.69-76>
- Solikatun, Drajat Tri, K., & Argyo, D. (2015). *Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi* (Vol. 4, Issue 1).
- Subhan, Ekawaty, D., & Fahri, J. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Non-Celebrity Terhadap Minat Beli Dimediasi Oleh Promosi Di Instagram ( Studi Kasus Pada Tmdash . Id Di Kota Ternate ) The Effect Of Non-Celebrity Brand Ambassador Toward Purchase Intention Mediated By Promotion On Instagram ( Ca. 9, 198–208*. <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/jsm/article/view/2467/2223>
- Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa Febi Iain Kudus 2016-2017. *Bisnis : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 253. <https://doi.org/10.21043/Bisnis.V8i2.8764>
- Taufani, A. R. (2020). *Budaya Pecinta Kopi Dan Gaya Hidup Urban Kedai Kopi Di Surabaya : Analisis Visual Semiotika Spasial*. 01, 23–39.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta. OFFSET

- Utaminingsih, S. L., & Sudrajat, R. H. (2021). Pengaruh Stray Kids Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Loyalty Shopee The Influence Stray Kids As Brand Ambassador On Brand Loyalty Shopee. *E-Proceeding Of Management*, 8(4), 4036–4043.
- Wibowo. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29((1)), 59–66.
- Zahra, R. R., & Rina, N. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung*. 01(01), 62–78.  
<https://doi.org/10.30656/Lontar.V6i1.648>