

Daftar Pustaka

- Adiwibowo, B., & Tresnati, R. (2018). *Prosiding Manajemen Pengaruh Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen (Survey Pelanggan Pada Belwish Coffee Shop Bandung)*.
- Alfian, O. :, & Putra, S. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi pada Konsumen Smartphone Lenovo di DIY) THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY (A CASE STUDY ON THE CONSUMER OF LENOVO SMARTPHONE IN DIY)*.
- Asy'ari, A. H., & Jayen, F. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Handphone Merek Samsung Di Kalimantan Selatan.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. In *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* (Vol. 2, Issue 1).
- Cardoso, A., Gabriel, M., Figueiredo, J., Oliveira, I., Rêgo, R., Silva, R., Oliveira, M., & Meirinhos, G. (2022). Trust and Loyalty in Building the Brand Relationship with the Customer: Empirical Analysis in a Retail Chain in Northern Brazil. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 109. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030109>
- Chinomona, R. (2016). Brand communication, brand image and brand trust as antecedents of brand loyalty in Gauteng Province of South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 7(1), 124–139. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-03-2013-0031>
- Creswell, J., & Creswell, J. (2009). *Research design Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (3rd ed)*.
- Djollong, A. (2014). TEHNIK PELAKSANAAN PENELITIAN KUANTITATIF (Technique Of Quantitative Research). *Istiqra*, 2(1). <https://jurnal.umpar.ac.id/index.php/istiqra/article/view/224>

- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek*.
- Ghozali, & Imam. (2009). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*.
- Gifari, M. H., Handayani, T., & M, B. D. (2021). ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING KOPI KENANGAN DI JAKARTA SELATAN. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E., Istiqomah, R., Fardani, R., Sukmana, D., & Auliya, N. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (H. Abadi, Ed.)*.
- Harish, N., Ratnaningsih, R., Fazrin, N., & Adriana, R. (2022). ANALISIS KOPI KENANGAN DALAM MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN INDONESIA.
- Hutama, R. F. (2018). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Pelanggan Godspeedwearhouse*.
<http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/96042>
- Ibnu, Mukhadis, & Dasna. (2003). *Dasar-dasar metodologi Penelitian*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Jamiat, N., & Nadila, T. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA JASA POS LOGISTIK PALEMBANG. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.51708>
- Kahfi Dirga Cahya, & Ramadhian, N. (2020)). Alasan Konsep Kedai Kopi Grab and Go Kian Diminati.
- Kusuma, Y. S. (2014). PENGARUH BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND SATISFACTION DAN BRAND TRUST HARLEY DAVIDSON DI SURABAYA. In *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* (Vol. 2, Issue 1).
<https://media.neliti.com/media/publications/133975-ID-none.pdf>

- Larasati, S. M., Lestari, R. B., & Widagdo, H. (2006). *ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND EXPERIENCE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY (STUDI KASUS PADA KFC DEMANG PALEMBANG)*.
<https://core.ac.uk/outputs/35319427?source=oai>
- Laurentius, J. F. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI KENANGAN DI KOTA HARAPAN INDAH BEKASI.
- Liliana, M., & Siagian, D. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN E-COMMERCE BLIBLI.COM DI JAKARTA*.
<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/4834/10/RESUME.pdf>
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT Rineka Cipta.
- Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- NAILUFAR, S. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP MINAT BELI PENUMPANG PADA MASKAPAI CITILINK RUTE PONTIANAK – SURABAYA*.
- Nazir, M. (2009). *Metode penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Noor, M. F. (2014). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY KING THAI TEA BANDUNG. *Jurnal Riset Manajemen*, 3(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.17509/image.v3i2.1121>
- Nur Hikmatul Auliya, Ms., Helmina Andriani, G., Roushandy Asri Fardani, Ms., Jumari Ustiawaty, Mp., Evi Fatmi Utami, Ms., Dhika Juliana Sukmana, A., Rahmatul Istiqomah, R., Oleh, D., Pustaka Ilmu Editor, C., & Abadi, H. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*.
- Nuruni, I., & Kustini. (2011). EXPERIENTIAL MARKETING, EMOTIONAL BRANDING, AND BRAND TRUST AND THEIR EFFECT ON LOYALTY ON HONDA MOTORCYCLE PRODUCT. In *Business and Accountancy Ventura* (Vol. 14, Issue 1). <http://antara.co.id>
- Oswaldo, I. G. (2022). *Profil dan Sejarah Kopi Kenangan yang Pecahkan Rekor MURI Baca artikel detikfinance, "Profil dan Sejarah Kopi Kenangan yang*

Pecahkan Rekor MURI" selengkapnya

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6487881/profil-dan-sejarah-kopi-kenangan-yang-p>. detikFinance.

Pinaringan, A., Imam, S., Latif, N., Bakrie, I., & Milasari, L. A. (2021). *STATISTIK EKONOMI 1*. Zahir Publishing.

Pramezwary, A., Winata, J., Tanesha, R., Armando, T., & Pariwisata, F. (2021).

Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 19(1). <https://doi.org/10.31294/jp.v17i2>

Primandaru, N., Kristiani, N., & Parello, P. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Loyalty pada Sepatu Lokal Indonesia. *Journal of Business & Banking*, 12(2), 203. <https://doi.org/10.14414/jbb.v12i2.3495>

Profil dan Sejarah Kopi Kenangan yang Pecahkan Rekor MURI Baca artikel detikfinance, "Profil dan Sejarah Kopi Kenangan yang Pecahkan Rekor MURI" selengkapnya <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6487881/profil-dan-sejarah-kopi-kenangan-yang-pecahkan-rekor-muri>. Download Apps Detikcom Sekarang <https://apps.detik.com/detik/>. (2022). *Profil dan Sejarah Kopi Kenangan yang Pecahkan Rekor MURI*. Oswaldo, Ignacio Geordi.

Rahmadani, C. A. (2019). *Pengaruh Brand Image, Service Quality Dan Trust Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Yogyakarta*.

Schiffman, L. G. (2001). *Consumer behavior*. New Jersey : Prentice Hall.

Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Suhardi, S., & Carolin, F. A. (2019). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY SEMEN HOLCIM PADA PT. KINCO PRIMA KOTA BATAM* (Vol. 1). Manajemen, Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam. <https://doi.org/10.22216/jbe.v1i1.3404>
Sundaro, H. (2022). POSITIVISME DAN POST POSITIVISME: REFLEKSI ATAS PERKEMBANGAN ILMU PENGETAHUAN DAN PERENCANAAN

KOTA DALAM TINJAUAN FILSAFAT ILMU DAN METODOLOGI PENELITIAN. *MODUL*, 22(1), 21–30.

<https://doi.org/10.14710/mdl.22.1.2022.21-30>

Surapto, D. (2020). The Impact of Brand Trust, Brand Loyalty, Brand Image on Service Quality. *Proceedings of the 2nd International Seminar on Business, Economics, Social Science and Technology (ISBEST 2019)*.

<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200522.033>

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality dan satisfaction 4* . Penerbit : ANDI.

Usman, H., & Akbar, P. S. (2006). *Metodologi penelitian sosial*. Jakarta : Bumi Aksara.

Widodo. (2017). *Metodologi penelitian : populer dan praktis*. Jakarta : Rajawali Pers.

Yunianto, T. K. (2019). *Usung Konsep Grab and Go, Kopi Kenangan Jual 2 Juta*

Kopi per Bulan Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul

"Usung Konsep Grab and Go, Kopi Kenangan Jual 2 Juta Kopi per Bulan" ,

<https://katadata.co.id/berita/nasional/5e9a4e61f2e71/usung-ko>.

Katadata,co.id.