

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker A. Dafid. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta : Mitra Utama
- Aaker, D. (2015). *Four ways digital works to build brands and relationships*. *Journal of Brand Strategy*, 4(1), 37-48.
- Arianto, Nurmin dan Geovanni. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol 3(2)1222
- Assauri. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistika (BPS). (2022). *Jumlah Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2017-2018*
- Ballester, Elena Delgado & Aleman, Jose Luis Munuera. (2005). *Does brand trust matter to brand equity?* *Journal of Product & Brand Management*
- Belch, G., Belch, M. (2008). *Advertising and promotion : An integrated marketing communications perspective*. 8th Edition, McGraw-Hill, Irwin
- Cravens, D.W., & Piercy, N.F. (2013). *Strategic Marketing*. 10th ed. New York: McGraw-Hill.
- Foroudi, P. (2019). *Influence Of Brand Signature, Brand Awareness, Brand Attitude, Brand Reputation On Hotel Industry's Brand Performance*. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 271–285
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service
Jurnal Kominikasi Univeritas Garut. Vol 8 (1) 435-448
- Griffin, Jill. (2016). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga
- Kadence, I . (2020). *Caramella , Brand Health Tracking Powder Coffee - T1 2020*
- Kasali, Renald. (2010). *Change*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Katz, Bernard. (1994). *Turning Practical Communication into Business Power*. (Terjemahan). PT. Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2017). *Peluang Usaha IKM Kopi*. Jakarta: Direktorat IKM Pangan, Barang dari Kayu dan Furnitur
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta Erlangga.
- Kotler, Philip., and Keller, Lane K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Benjamin Molan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., and Keller, Lane K. (2016). *Marketing Management 2016* Penerbit Pearson.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.

- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Shimp, A. Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Sitopu, Agnes Christine & Wahyuni, Itca Istia. (2020). *Strategi Pembentukan Branding Bober Café Bandung Sebagai Ruang Komunitas*.
- Solomon, Michael R. (2006). *Consumer Behavior: An European Perspective*. Sydney: Prentice Hall
- Sulaksana, Uyung. (2007). *Integrated Marketing Communications*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding : Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Swasty, Wirania. (2016). *Branding : Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Tai, J. & W. Chew. (2012). *Brand Management: 13 Strategi untuk Mengembangkan Merek Anda*. Kembangan, Jakarta Barat: PT INDEKS
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta
- Toffin & Marketing. M. (2020). *Brewing in Indonesia : Insight For Successful Coffee Shop Business*
- Widodo, Teguh & Rakhmawati, Dheana. (2021). *Peran Brand Trust dan Brand Reputation dalam Menguatkan Pengaruh Brand Awareness terhadap Brand Performance Kasus Pada Langit Musik*. Voi 12 (3) 189-201
- Wijaya, Linda. (2021). *Studi Brand Positioning Toko Kopi Kekinian di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol 8 (1) 78-85