

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2012). *Managing Brand Equity Capitalizing on the Value of the Brand Name*.
- Agustini, N. P. E., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Starbucks Di Bali. *Buletin Studi Ekonomi, February*, 52.
- Amalia, F. N., Ariadi, B. Y., & Widyastuti, D. E. (2022). Analisis Perbandingan Ekuitas Merek Kedai Kopi Janji Jiwa dengan Kedai Kopi Kenangan di Kota Malang. *Agrimor*, 7(2), 45–53. <https://doi.org/10.32938/ag.v7i2.1589>
- Anindita, H. (2023). *Emotional Marketing: Pengertian, Manfaat, dan Strategi Emosi Market*. Jojonomic. <https://www.jojonomic.com/blog/emotional-marketing/>
- Bambang, A., & Heriyanto, M. (2017). Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Merek Toyota Kijang Innova (survey konsumen pada dealer pt. agung automall cabang sutomo pekanbaru). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 4(2), 1–11.
- Busra, W. (2022). Pengaruh Brand Equity Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Retail Pt Campina Ice Cream Industry Tbk - Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(2), 464–476.
- Christiawan, C., Chang, C., Chandra, M. L., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Merek Coffee Shop Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(2), 93–103.
- Contents, T. O. F. (2010). *the International Journal of Organizational Innovation Volume 2 Number 4 Spring 2010*. 2(4), 1–127.
- Dika Setiagraha, Zakaria Wahab, & W. N. (2015). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BRAND EQUITY OBAT HERBAL EKSTRAK KULIT MANGGIS “MASTIN” (Studi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 12(2), 75–86.
- Dirjen Perkebunan. (2018). *Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021?* <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021>
- Falih Bagus Prasetyo, & Widodo, T. (2018). PERAN RESONANSI MEREK DALAM MEMEDIASI PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PROSTREET INDONESIA. *E-Proceeding of Management*.

<https://core.ac.uk/reader/299926350>

- Fikri, M. I., Hartini, S., & Hayati, Y. H. (n.d.). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Kafe Kongkouw Coffee*.
- Firmansyah, A. (2022). Pengaruh Emotional Branding terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Kopi Kenangan). *Satya Wacana Institutional*. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/28100>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (8th Ed). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadidu, A., & Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar, S. (2022). Brand Equity And Service Quality Effects On Loyalty With An Intervening Variable Of Customer Satisfaction. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 6. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Hariyati, F., & Sovianti, R. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Customer Loyalty pada Hotel Salak Bogor, Indonesia. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(2), 52–66. <https://doi.org/10.35814/coverage.v11i2.2019>
- Hermansyah. (2022). *Produksi Kopi Indonesia 2017-2022*. <https://indonesiabaik.id/index.php/infografis/produksi-kopi-indonesia-2017-2022>
- Iman, T. (2017). Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Botol Sosro di Kota Bandung. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(2), 253–265. <https://doi.org/10.36406/jemi.v26i2.227>