

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, M., & Bunga, F. D. (2017). Faktor Pembentuk Brand Loyalty: Peran Self Concept Connection, Brand Love, Brand Trust dan Brand Image (Telaah Pada Merek H&M di Kota DKI Jakarta). *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 157–168. <https://doi.org/10.23917/benefit.v2i2.4285>
- Anwar, A., Gulzar, A., Sohail, F. Bin, & Akram, S. N. (2011). *Impact of Brand Image, Trust and Affect on Consumer Brand Extension Attitude: the Mediating Role of Brand Loyalty*. *International Journal of Economics and Management Sciences*, I(5), 73-79.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126. Retrieved from <http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/viewArticle/632>
- Atmaja, N. P. C. D., dan Menuh, N. N. (2019), Peran Mediasi *Brand Trust* Pada Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. Prosiding.
- Aksi Agraris Kanisius. 1988. *Budidaya Tanaman Kopi*. Yayasan Kanisius. Yogyakarta.
- Bambang, A. Rahman Lubis, Nurdasila Darsono. (2017). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Personality*, *Brand Experience* Terhadap *Brand Love* Dampaknya Terhadap *Brand Loyalty* Gayo Aceh *Coffee* PT. Oro Kopi Gayo Kabupaten Aceh Tengah. Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Syah Kuala.
- Bambang, Lubis, A. R., & Darsono, N. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Personality, Brand Experience Terhadap Brand Love Dampaknya Pada Brand Loyalty Gayo Aceh Coffee PT. Oro Kopi Gayo Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Perspektif Manajemen Dan Perbankan*, 8(3), 158–184. Retrieved from <http://jurnal.unsyiah.ac.id/JPMP/article/view/10196>
- Bastian, D. A. (2014). Analisis Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) Terhadap Loyalitas Merek (*Brand*

- Loyalty*) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.
- Carroll, B., dan Ahuva, A. 2016. *Some antecedents and outcomes of brand love*, Marketing Letters, 17(2), 79-89.
- Conny Sondakh. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan. (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.
- David Harianto dan Dr. Hatono Subagio, S.E., M.M. (2016). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image* dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja-Vu Surabaya. Jurusan Manajemen Pemasaran. Universitas Kristen Petra.
- Dewi, N. K., Andri, G., & Yonaldi, S. (2012). Pengaruh Iklan, Citra Merk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Unilever Cabang Padang). Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 3(2), 11–29.
- Evi Ambar Wati, Tin Agustina dan Yunus Handoko (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Brand Love* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket Indomaret. STIE ASIA Malang.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Edisi 8.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Edisi 8.
- Harianto, D., & Subagio, H. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja-Vu Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(1), 1–8. Retrieved from <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/185>

- Indra Wijayanto Dan Sri Setya Iriani. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negri Surabaya.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. In Global Edition*
- Kristiyono, Y. R., Rahmi, A., & Triwijaya, M. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Merek Starbucks di Wilayah Jakarta dan Sekitarnya. *Ultima: Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 233–247. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v12i2.1734>
- Law, T., Dan Ihalauw, J. J. O. I. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, Citra Merek Terhadap Kesetiaan Pelanggan Yang Di Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Dealer Mitsubishi Setia Kawan Motor Group. *Journal Of Business & Aplied Management*.
- Musay. (2013). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, Vol. 1, No. 2, Oktober, 216-228.
- Novitasari, Ayu. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan *Social Self* Terhadap Kecintaan Merek Dan Dampaknya Terhadap *Word Of Mouth* (Studi Produk Notebook Dan Laptop Acer Pada Mahasiswa Di Lain Surakarta). Institut Agama Islam Negri Surakarta.
- Nugraha Ningsih, H. (2019). Pengaruh Fasilitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Pipilaka *Tour And Travel* Di Tangerang.
- Pratiwi, D. M., Saerang, D. P. E., & Tumewu, F. (2015). *The Influence Of Brand Image, Brand Trust And Customer Satisfaction On Brand Loyalty (Case Of Samsung Smartphone)*.
- Prastowo, B., Karmawati, E., Rubiyo, Siswanto, Indrawanto, C., & Munarso, S.J. (2010). *Budidaya dan pascapanen kopi* (p. 62). Bogor: Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan
- Putri Yana Sari dan Ken Sudarti. (2016). Peningkatan *Brand Loyalty* Melalui *Brand Image, Brand Love* dan *Customer Satisfaction*.
- Rahardjo P. 2012. *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Jakarta : Penerbar Swadaya.

- Sari, P. Y., & Sudarti, K. (2016). Peningkatan Brand Loyalty Melalui Brand Image, Brand Love, dan Customer Satisfaction. *Fokus Ekonomi*, 11(1), 1–22.
- Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 19–32. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/7525>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: ALFABETA, CV. Suliyanto. 2011. *Ekonomi Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Surmawan. (2013). *Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek*. *Jurnal Manajemen*, 6 (1), h: 67-78.
- Sutisna. (2013). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung.
- Sutrisno, Otong. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Penelitian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.
- Turhan. (2014). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty The Botol Sosro (Survei Konsumen The Botol Sosro Di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur)*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.
- Wijayanto, I., & Iriani, S. S. (2013). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(3), 910–918.
- Yokie Radnan Kristiyono, Aisyah Rahmi, Mington Triwijaya, Riandi Gntha Suhandi. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Merek Starbucks Di Wilayah Jakarta Dan Sekitarnya*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
- Yolanda Dan Gede.(2018). *Peran Brand Trust Mediasi Hubungan Brand Image Dan Social Self Dengan Brand Loyalty (Survei Pada Konsumen Iphone Di kota Denpasar)*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 3, 218: 1310-1338 ISSN : 2302-8912. Ambarwati, E., Agustina, T., & Handoko, Y. (2020).