

DAFTAR PUSTAKA

- Adhar, A., Kurniawati, M., Salean, D. Y., & Fanggidae, R. P. (2024). PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KOPI NJ DI KOTA KUPANG). *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 5(4), 745-754.
- Agustina, P., & Ali, H. (2025). Pengaruh kualitas produk, promosi dan tempat terhadap keunggulan bersaing. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 3(2), 100-107.
- Angelika, A., & Lego, Y. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian produk minuman Chatime di Mall Ciputra, Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 31-39.
- Angriansyah, R., & Akbar, R. R. (2025). Pengaruh Brand Awareness, Brand Trust Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kopi Kulo Di Transmart Buah Batu Bandung. *Economics and Digital Business Review*, 7(1), 203-212.
- Fatmawati, D. A., & Prabowo, B. (2024). Impak *Brand Image*, Celebrity Endorser Pada Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Kopi GoodDay. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 7(2), 277-288.
- Hadzafi, A. I., & Arifin, S. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Product Knowledge terhadap Repurchase Intention pada Gongso Kopi. *Accounting and Management Journal*, 8(1), 52-60.
- Heliani, H., Harahap, D. A., & Mahani, S. A. E. (2022, August). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Work Coffee di Kota Bandung. In *Bandung Conference Series: Business and Management* (Vol. 2, No. 2, pp. 1331-1338).
- Imam, G. (2012). aplikasi multivariate dengan program multivariate dengan program IBM spss. yogyakarta: universitas diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Primadasari, A., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh *brand awareness*, *Brand Image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. In *Forum Ekonomi* (Vol. 23, No. 3, pp. 413-420).

- Sadewa, A. M. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Haus! Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(3), 1-8.
- Samosir, O. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan Di Store M. Yamin Kota Medan.
- Sandra, T. J., & Prawoto, P. (2024). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada kedai Kopi Konnichiwa. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 13(2), 370-377.
- Subiyakto, G., & Nadiani, Z. P. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, *brand association* dan *brand loyalty* terhadap keputusan pembelian Neo Coffee. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5539-5551.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumedi, N., & Fadillah, I. (2022). PENGARUH IDOL KPOP NCT127 SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP *BRAND IMAGE* SERTA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NU GREEN TEA. *Jurnal Eksekutif*, 19(1 Juni).
- 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), 253-272.
- VALENTIA, E. A., & KRISNA, M. W. (2024). Pengaruh *Brand Image*, *Korean Wave*, Sikap Fanatisme, dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Ultra Milk Edisi Kolaborasi Stray Kids. *Journal of Management and Social Sciences*, 3(3), 76-91.

<https://www.topbrand-topbrand.award.com>