

Daftar Pustaka

- Adithia, S., Perwira, P., & Komunikasi, I. (2021). *Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi*. 1(1), 37–46.
- Amalia, N. (2019). *Pengaruh Citra Merek , Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan)*. 6(2).
- Apriany, A., Gendalasari, G. G., & Fadillah, A. (2022). *Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT*. 10(1), 105–114. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Arnal Panadoli Siregar, Laila Rohani, M. A. (2023). *strategi komunikasi pemasaran terhadap bran image cafe angkringan nook Rantau Prapat*. 2(2), 1475–1482.
- Calista, A. N. (2020). *Pengaruh Unggahan Citra merek pada Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Negeri Surabaya. Surabaya.
- Damawati, Windy; Fauji, Diah Ayu Septi; Purnomo, H. (2024). *identifikasi SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada Outlet Minuman Free Time Cabang Mojoroto*. *Conference Proceedings*, 3(1), 126–134. https://drive.google.com/file/d/1wTLaSU7_MLLY43Un0p0R8ExrETMB6JiY/view
- Drucker, P. . (1996). *"The Practice of Management"*, New York: Harper & Row.
- Fadillah, W. A. dan A., & Program. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Airasia*. 53–60. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v2i1.586>
- Febriana, F. D., & Prabowo, R. E. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tanam Coffeeshop Kaligarang Semarang*. 7(1), 298–306.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. (n.d.). *Konsep , Teori dan Implementasi*.
- Hasibuan, D. R., Lubis, J., Jayanti, N., & Labuhanbatu, U. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Citra Merek dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Usaha Toko Roti Bunda Habib*. 4(April).
- Hendri, A., Sinaga, F., & Praminatih, G. A. (2023). *Strategi Pemasaran Cafe Monkey Cave Espresso Pada Era New Normal Marketing Strategy for Cafe Monkey Cave Espresso in the New Normal Era*. 02(7), 1471–1487.
- Hutabarat, E. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria Fu Pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan*. Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Indonesia.

- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 394–411.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. 15th.
- Kotler, Philips dan keller, kevine lane. (2019). *Manajemen Pemasaran*. 13th ed.
- Kotler, P. and G. A. (2016). (2016). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. 13(1).
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 3(1), 8–16. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1804>
- Makmur, S. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)*. Universitas Pasir Pengaraian.
- Nita, D., Rambe, S., & Aslami, N. (2021). *El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 1(2), 213–222. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Nita, S. D., Ahmadi, M. A., Manajemen, S., & Surakarta, U. M. (2024). " Peran Konten Interaktif Dalam Pemasaran Digital Dan Pengaruhnya Terhadap Keterlibatan Pengguna : Studi Kasus Netflix " 1 Program 2 Program Studi Manajemen , Universitas Muhammadiyah Surakarta. 1, 106–116.
- Nuryanti, N., Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 299–310. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.1111>
- Pemasaran, K. (2024). *Hubungan Paradigma , Strategi , dan Tantangan*. 02(02), 87–96.
- Putra, P., & A.N, W. H. (2017). *Pemasaran Syariah*. Raja Grafindo Persada, January, 32.
- Reza, F. (2020). *strategi bauran pemasaran dalam mengkokohkan citra merek (Studi Deskriptif Kualitatif pada Warung Kopi Imah Babaturan di Kota Bandung)*. 03(01).
- Risal, M., & Salju. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (4ps) Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Studi Kasus Pada: Industri Kecil Pengolahan Rumput Laut di Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Balance*, 14(1), 3.
- Ritonga, P. R. H. S., & Suharyanto2, & A. (2020). *Strategi Pemasaran Brothers Café dalam Membangun Brand Image Bagi Pengunjung Di Kota Medan Brothers Café Marketing Strategy in Building Brand Image for Visitors in*

Medan City. 2(1), 33–37.

- Sakbania, Isnaini; Sugiono; Purnomo, H. (2024). pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Halbanero. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 430–439. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4698>
- Santoso, G., Rini, N., & Ramadhani, N. E. (2025). *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital Inovasi Dan Kreativitas Dalam Kewirausahaan : Strategi Bertahan Di Era Digital* *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*. 01(01), 74–82.
- Sari, V. N. (2023). *Strategi Usaha UMKM Cafe Oma Rahmah Cafe Oma Rahmah 's MSMEs Business Strategy Usaha Mikro , Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian suatu negara . Menurut Tambunan (2012) di Indone*. 2(3).
- Sefudin, A. (2014). Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)“4P”Ke“4C.” *Journal of Applied Business and Economics*, 1(1), 17–23.
- sholikhah, Ainul; Fauji, Diah Ayu Septi; Purnomo, H. (2024). pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusat Oleh-Oleh GTT Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 203–212. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4637>
- Sinaga, F., Hendri, A., & Praminatih, G. A. (2023). Strategi Pemasaran Cafe Monkey Cave Espresso Pada Era New Normal. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(7), 1471–1487. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i7.466>
- Subagyo, G. E. (2020). *harga, fasilitas dan kualitas pelayanan sebagai kepuasan pengunjung kolam renang Tritayasa kediri*. 10(1), 18–30. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=2tqA9tAAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=2tqA9tAAAAAJ:5nxA0vEk-isC
- SUBAGYO, H. P. (2022). *manajemn umkm*. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=2tqA9tAAAAAJ&citation_for_view=2tqA9tAAAAAJ:YFjsv_pBGBYC
- Tambunan, Willy, A. al. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Café Haagendazs Beachwalk Kuta. *Jurnal Stie Semarang* ..., 7(1), 48–59. <http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/499>
- Utama, A. P., Nurulafiah, F., & Alawiah, W. (2022). Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Konsep Pemasaran Berdasarkan Nilai. *Ikra-Ith Abdimas*, 5(3), 144–148. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v5i3.2228>
- Veronica, Clarenia Mirnanda; Subagyo; hery, P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

- Ponsel Iphone. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 919–927.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4783>
- Washillah, M. H., Prabawani, B., & Nugraha, H. S. (2024). *Analisis Talent Development Strategy di Era Revolusi Industri 4 . 0 (Studi Kasus Pada PT Telkom Indonesia Regional IV Jateng-DIY)*. 13(2), 107–116.
- Wibowo, D.A, Arifin Zainul, S. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo)*. Universitas Brawijaya Malang. 61.
- Widodo, H. P., & Maryama, M. (2021). *Strategi Segmenting , Targeting dan Positioning dalam Membentuk Brand Image Kafe Pan Java*. 3(2), 129–139.
- Wildan, M., Hariyanto, L., & Sanjaya, R. D. (2025). *Peran Media Sosial dalam Awareness Kafe Cangopi Meningkatkan*. 2, 1–7.
- Zeithaml, Valarie A., and Mary Jo, B. (2009). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm, Third Edition*. North America.