

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- A.B. Susanto, Himawan Wijarnako. (2011). *Power Branding :Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.
- Adler, E. S., & Clark, R. (2014). *An invitation to social research: How it's done*. Nelson Education.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Bougie, & Sekaran. (2013). *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John wiley@Sons.
- Fandy, Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Gobe, M. (2010). *Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People*. Simon and Schuster.
- Kotler, Philip and Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen, Edisi 14, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Boston: Pearson Education.

- Peter, J Paul and Jerry C Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani Edisi Kesembilan Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Santoso, Singgih. (2010). *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. Cetakan Pertama*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Silalahi, Ulber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Steenkamp, J. B. (2017). *Global brand strategy: World-wise marketing in the age of branding*. Springer.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Temporal, P. (2011). *Advanced brand management: Managing brands in a changing world*. John Wiley & Sons.

### **Jurnal**

- Ahmad, N., Vveinhardt, J., & Ahmed, R. (2014). Impact of word of mouth on consumer buying decision. *European journal of business and management*,
- Farah, Setiawan, B. (2010). Pengaruh Brand Awareness, Brand Characteristic, dan Emotional Branding Terhadap Keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol. 7 No. 2*.
- Faz, Rahmad dkk. (2018). Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Branding Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.64, No. 2*.

- Gufron, Rojil dkk. (2020). Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Branding Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, Vol. 9, No. 11*
- Rahmadhani, Y., & Lubis, E. E. (2017). Strategi Branding Portal Online Www. tripriau. com Dalam Membangun Brand Awareness Sebagai Portal Online Pariwisata Provinsi Riau (Doctoral dissertation, Riau University).
- Riaz, Hadiqa dkk. (2017). The Impact of Emotional Branding in Customer Buying Behavior in Soft Drink Beverage Industry of Pakistan. *KASBIT Business Journal (KBJ), Vol 10, 131-150.*
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh harga citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM).*
- . Setiadi, Gunung dkk. (2015). Pengaruh Emotional Branding, Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan J.CO Java Mall Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro, Vol. 4, No. 4.*
- Matsunaga. (2010). How to factor-analyze your data right: do's, don'ts and how-to's. *International journal of psychological research.*

### Website

[databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) diakses pada tanggal 05 Maret 2020.

<https://www.sasamecoffee.com/kopipedia/sejarah-dan-jenis-kopi/> diakses pada 03 Maret 2020.

<https://www.suara.com/yoursay/2019/10/25/065000/kedai-kopi-bisnis-masa-kini-menjanjikan-di-masa-depan> diakses pada tanggal 05 Maret 2020.

[www.kopikenangan.com](http://www.kopikenangan.com) diakses pada tanggal 05 Maret 2020.

## LAMPIRAN 1

### KUESIONER

#### I. Identitas Responden

Nama: \_\_\_\_\_

Jenis Kelamin:

- Laki-Laki
- Perempuan

Usia: \_\_\_\_\_

Apakah Anda Mahasiswa/I Aktif Universitas Bakrie:

- Ya
- Tidak

Mahasiswa/i Tingkat:

- Semester 1-2
- Semester 3-4
- Semester 5-6
- Semester 7-8

Angkatan:

- 2016
- 2017
- 2018
- 2019

Jurusan: \_\_\_\_\_

Pertanyaan di bawah ini merupakan pertanyaan yang menentukan anda untuk ke pertanyaan selanjutnya. Namun, jika anda menjawab tidak, anda akan berhenti sampai di section ini. Terimakasih

1. Apakah Anda mengetahui minuman Kopi Kenangan?
  - Ya
  - Tidak