DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, R. A., & Halida, A. N. (2024). *Membangun Loyalitas Konsumen pada Produk Ramah Lingkungan*. *6*(2), 102–111.

Afrida, R., Yacob, S., & Sari, N. (2020). *Membangun loyalitas pelanggan melalui kualitas produk dan citra merek (studi pada pelanggan Oppo Jambi)*. *8*(1), 1–10.

Ainy, H. P., Rinuastuti, B. H., & Athar, H. S. (2022). *The Effect of Experiential Marketing and Experiential Value on Customer Loyalty of Coffee Shops in Mataram City Through Satisfaction as a Mediation Variable*. *5*(3), 67–77. https://ijssrr.com/journal/article/view/176/162

Angelin, N. P., & Astono, A. D. (2022). *Pengaruh Kesadaran Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Produk Kopi Kenangan*. *8*(2).

Anna, Cangara, S., & Farid, M. (2017). *PENGARUH TERPAAN MEDIA DAN PEMAHAMAN INFORMASI TERHADAP PERILAKU MASYARAKAT (KASUS PENYEBARAN PHMS DI KABUPATEN MAMUJU)*. *6*(1), 54–62.

Azarya, D. R. G., & Nuralam, I. P. (2024). *Bagaimana Kualitas Produk, Layanan, dan Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop? 3*(2), 605–615. https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/39242/18294

Azizah, K., & Naryoso, A. (2023). *TERPAAN PROMOSI PENJUALAN DAN BRAND TRUST DENGAN LOYALITAS PELANGGAN INDOSAT/IM3 OOREDOO*.

Bizsence. (2025). *Bisnis Coffee Shop di Indonesia tahun 2025: Peluang, Tantangan, dan Masa Depan*. https://bizsense.id/bisnis-coffee-shop-di-indonesia-tahun-2025-peluang-tantangan-dan-masa-depan

Business Reports. (2026). POI Data Platform. https://www.poidata.io/report/coffee-shop/indonesia

Candra, B. F. (2024). *nalisis Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Kembang Goela*. *3*(7), 1913–1931.

Coffe, T. (2025). *Tuku Coffe*. PT Karya Tetangga Tuku.

Dewi, P. P. S. (2025). *Brand Awareness Moderation on Customer Loyalty in CulinaryBusiness: Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Pelanggandalam Bisnis Kuliner*. *26*(1), 1–15. https://doi.org/10.21070/ijins.v26i1.2171

Effendi, Z. R., & Sentosa, E. (n.d.). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , Dan Promosi Terhadap Keputusan*. *5*(1), 31–38.

Febiola, I., Safitri, R., & Kriyantono, R. (2025). *Pengaruh Rute Sentral dan Rute Periferal Terhadap Sikap Konsumen pada Iklan Billboard Gojek*. *7*(3), 2002–2014.

Febrianti, D. N., & Surenda, R. (2025). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Guest Satisfaction di Hotel Mercure Bali Nusa Dua*. *6*(2).

Fitri, A. N., & Muhajarah, K. (2021). *Pengaplikasian Elaborated Likelihood Model dalam Strategi Komunikasi Kampanye " Ingat Pesan Ibu ." 15*(2), 115–130.

Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (n.d.). *COMMUNICATION*.

Gunawan & W, & Idoadmodjo. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KOPI TUKU DI TANGERANG DAN JAKARTA BARAT*. *1*, 172–177.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

Hair, J., Hult, G. thomas M., Ringle, hristian M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)*.

Hakim, F., Anggraini, D., Komunikasi, F. I., & Gunadarma, U. (2022). *Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Akun Instagram @ lrtjkt Terhadap Minat Beli Jasa The Influence of Exposure and The Quality of Information on @ lrtjkt Instagram Account on Interest in Buying Services*. *5*(1).

Hartono, S. M. (2023). *Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus pada Antavaya Tour and Travel Jakarta*. *13*(April), 20–30.

Haryono, siswoyo. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS, LISREL, PLS.*

Herawati, dewi anjanis, Arief, mohammad yahya, & Fandiyanto, R. (2023). *PENGARUH BRAND AWARENESSDAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAIVARIABEL INTERVENING PADA SEAFOOD SITUBONDO*. *2*(7),

1434–1451.

Hidayat, W., Widjaya, L., & Sutrisno, G. (2024). *PERAN BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, PERCEIVED QUALITY DAN BRAND LOYALTY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*. 12–23. https://jurnal.utpas.ac.id/index.php/jpema/article/view/130/111

Irwansyah Idrus, I. (2023). PERILAKU NONGKRONG ANAK MUDA DI CAFE (STUDI PADA PELANGGAN COFFEE SHOP KEDAI RAKYAT DI WATAMPONE). *Agustus*, *5*(1).

Khan, M. A., Bukhari, E., & Maulana, A. A. (2025). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di*. *1*(4), 193–200.

Khan, M. T. (2013). *Customers Loyalty : Concept & Definition (A Review) Concept of Customers Loyalty*. *5*(3), 168–191.

Kharis, K., Purnomo, A. M., Studi, P., Komunikasi, S., Djuanda, U., Program, D., Sains, S., & Djuanda, U. (2025). *Pengaruh Terpaan Media Dan Karakteristik Konten Review Produk Sashfir Di Tiktok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Djuanda*. *5*(2021), 12758–12769.

Kurniawan, F. U., & Yasya, W. (2025). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Followers @ Rummahgoa The Effect of Electronic Word Of Mouth (E-Wom) on Instagram Social Media on Interest in Visiting Followers @ Rummahgoa*. *1*(2), 73–82.

Latifah, K., & Nugroho, D. R. (2026). *Pengaruh Iklan Digital Pada Postingan*

Giveaway Akun Instagram @telkomsel_mctjakpusel terhadap Brand Awareness Pelanggan. *11*(X). file:///C:/Users/User/Downloads/Artikel_Karin+Latifah,+David+Rizar+Nugroho_Submit+jurnal+pendas_4+Juni+2026.pdf

Lie, J., & Anthoni, V. P. (2025). *Pengaruh Inflasi Dan Biaya Produksi Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)*. *4*(1), 168–177.

Marvianta, Y. A., & Valentino, J. (2024). *PENGARUH HARGA , BRAND IMAGE , SERVICE QUALITY , LOYALITAS PELANGGAN PADA BISNIS MODERN COFFEE SHOP*. *5*(2), 150–164. https://doi.org/https://doi.org/10.15575/jim.v5i2.5688

Mirawati, I. (2021). *PEMANFAATAN TEORI KOMUNIKASI PERSUASIF PADA PENELITIAN E-COMMERCE DI ERA DIGITAL*. *9*.

Musfirah, R., Syarif, N., & Harisa, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Tuku Di Pasar Santa. *Jurnal Bisnis Digital Dan Enterpreneur* , *2*(1), 114. www.ojs.amiklps.ac.id

Nidia Suriani, Risnita, M. S. J. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau*. *1*, 24–36.

Nuraeni, R. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*. *2*(4), 487–493.

Nursyecha, N., Sapari, Y., Risnawati, R., Studi, P., Komunikasi, I., & Cirebon, U. M. (2021). *PENGARUH IKLAN SHOPEE DI TELEVISI DALAM*

PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS PLATFORM APLIKASI SHOPEE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *9*(1).

Pratama, D. A., Rusdianto, R. Y., Ilmu, F., Politik, I., Pembangunan, U., Veteran, N., & Timur, J. (2024). *Pengaruh Brand Image , Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty pada Dee Coffee House Sidoarjo The Influence of Brand Image , Brand Awareness and Brand Trust on Customer Loyalty at Dee Coffee House Sidoarjo*. *10*, 2532–2540.

Pratama, I. W., & Pradekso, T. (2022). *Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan, Citra Merek dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen Aplikasi OVO di Semarang*. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/28779/24459

Pratiwi, A., Prasetyo, B. D., & Hussein, A. S. (2025). *The Influence of Online Visitor Reviews on Young Tourists ' Adoption of Information*. *13*(2), 857–876. https://doi.org/10.33019/society.v13i2.865

Primadasari, A., & Sudarwanto, T. (2021). *Pengaruh brand awareness , brand image , dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. *23*(3), 413–420.

Purwanto, A. (2025). *Mengintip Tren dan Tantangan Bisnis Kopi 2025*. https://www.kompas.id/artikel/mengintip-tren-dan-tantangan-bisnis-kopi-2025

Putra, R. A. (2013). *Terpaan Komunikasi politik mengenai kenaikan harga BBM & kelangkaan gas 3kg terhadap persepsi masyarakat atas kinerja Presiden SBY*. 1–10.

Ringle, C. M., Sarstedt, M., Sinkovics, N., & Sinkovics, R. R. (2023). *A perspective on using partial least squares structural equation modelling in data articles ☆*. *48*. https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109074

Sadat, A., Prasojo, E., Manajemen, P. S., & Yogyakarta, U. C. (2024). *MODEL LOYALITAS PELANGGAN BERBASIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA JSTRO*. *8*(1), 116–137.

Sandra Olifia. (2022). *Sandra Olifia 2022*. *XXVII*(Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Di Kalangan Remaja), 251–266.

Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Abdullah, R. (2023). *Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*. *3*(1), 10–16.

Sari, R. P., Koswara, I., & Fuady, I. (2024). *Pengaruh ulasan produk terhadap niat pembelian di platform e-commerce Shopee*. *2*(2), 438–455.

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (n.d.). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*.

Sayyida. (2023). *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) DENGAN SMARTPLS DALAM MENYELESAIAKAN PERMASALAHAN DI BIDANG EKONOMI*. *4*.

Scale, T. M. (2013). *SKALA PENGUKURAN DAN JUMLAH RESPON SKALA LIKERT*. *2*(2), 125–131.

Septasari Handayani. (2025). *Buku Customer Service Excellence*. ANAK HEBAT

INDONESIA.

Setiawan, D., Nur, A., Purnamasari, R., & Dianta, I. A. (2023). *WEB-BASED INVENTORY MANAGEMENT SYSTEM UTILIZING THE FIRST IN FIRST OUT (FIFO) METHOD : A CASE STUDY OF CV BERKAH FOAM FURNITURE*. *14*(2), 370–383.

Setya, F., Br, R., Simarmata, M. M., Barus, P. N., Sihaloho, D., Baskoro, D. A., Ekonomi, J., Ekonomi, F., & Medan, U. N. (2025). *STRATEGI KOMUNIKASI PEDAGANG DURIAN UCOK : ANALISIS ELABORATION LIKELIHOOD MODEL*. *8*(2), 476–485.

Sombolinggi, J. T., Mamuaya, N. C., & Legi, M. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOP COFFEE TORAJA PADA MASYARAKAT KOTA MANADO*. *2*(1), 76–91. https://doi.org/https://doi.org/10.53682/mk.v2i1.963

Steven, & Sari, angelina fitria rina. (2019). *Pengaruh promosi dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk aqua*.

Subhaktiyasa, P. G. (2024). *PLS-SEM for Multivariate Analysis : A Practical Guide to Educational Research using SmartPLS*. *4*(3).

Suciningtyas, W. (2012). *PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN MEDIA COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. *1*(1).

Sulung Undari, M. M. (2024). *MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER*. *5*(September), 110–116.

Surjadi, C. C., Gosal, G. G., Setiobudi, A., & Mudzakkir, M. F. (2023). *Paradigma ELM (Elaboration Likelihood Model) pada UMKM makanan ringan: Studi eksperimental*. *18*(3), 317–331.

Suwandi, E., H, irmansyah fitri, & Dasril, H. (n.d.). *ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MENGGUNAKAN SKALA LIKERT PADA LAYANAN SPEEDY YANG BERMIGRASI KE INDIHOME*.

Syahroni, M. I. (2022). *PROSEDUR PENELITIAN KUANTITATIF*. *2*(3), 43–56.

Umniyati, N., Hadisiwi, P., Ilmu, L., Indonesia, P., & Padjadjaran, U. (2017). *PENGARUH TERPAAN INFORMASI RISET MELALUI WEBSITE www.ppet.lipi.go.id TERHADAP SIKAP MAHASISWA MENGENAI PENELITIAN INFLUENCE OF RESEARCH INFORMATION EXPOSURE THROUGH WEBSITE www.ppet.lipi.go.id TOWARDS STUDENT ATTITUDES*. 111–120.

Vernanda, V., & Winarko, H. B. (2025). *The Persuasive Power of Instagram : Brand Image , Trust , and Loyalty in Electric Vehicle Adoption : A Study on Wuling Air EV*. *Aiccon*, 369–382. https://journal.unhas.ac.id/index.php/aiccon/article/view/47645/13544

Wong, K. K. (2013). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS*.