

DAFTAR PUSTAKA

- Abarca, R. M. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pond'S pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan. *Journal Nuevos sistemas de comunicacion e information, 2013–2015*.
- Afriliantini, I., Salam, A., & Abdurrahman. (2019). Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Kosmetik Wardah Di Kota Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2(1)*.
- Aghekyan-Simonian, M., Forsythe, S., Suk Kwon, W., & Chattaraman, V. (2012). The Role Of Product Brand Image And Online Store Image On *Retailing and Consumer Services, 19(3), 325–331*.
- Amron, A. (2018). Effects of Product Quality, Price, and Brand Image on the Buying Decision of City Car Product. *Archives of Business Research, 6(4), 1–8*.
- Arikunto Suharsimi. (2007). *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Astiyani, L. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Return Saham. *Institutional Repositories and Scientific Journals, i, 16–28*.
- Bibby, D. N. (2011). Sponsorship Portfolio As Brand Image Creation Strategies: A Commentary Essay. *Journal of Business Research, 64(6), 628–630*.
- Blog Mahasiswa Universitas Brawijaya (2013). “Profil Perusahaan Kopi Kapal Api”. <https://blog.ub.ac.id/maretadwiblog/2013/06/27/12/>, diakses pada tanggal 8 Januari 2023 pukul 19.30 WIB.
- Darojat, T. A. (2020). Effect of Product Quality, Brand Image And Life Style Against Buying Decision. *Journal of Management Science (JMAS), 3(2), 2684-9744*
- Desi. (2019). *Pengaruh Label Halal, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Tulungagung*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri. Padangsidempuan.
- Edi Wibowo, D., & Diah Madusari, B. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal, 1(1), 73*.

- Fakhri, R. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Pada Pt. Samsung Electronics Indonesia Pekanbaru. *Eko dan Bisnis. Riau Economics and Business Review Volume 13, Nomor 2, 27 Juni 2022. ISBN 9781119130536.*
- Fatmasari Sukesti, & Mamdukh Budiman. (2014). The Influence Halal Label and Personal Religiousity on Purchase. *International Journal of Business, Economics and Law, 4(1), 2012–2015.*
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. *INA- Rxiv. February 3. doi:10.31227/osf.io/npjqh.*
- H Kara, O. A. M. A. (2014). Regresi (Kenapa pake Unstandarized Coefficients). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 7(2), 107–115.*
- Hardiansyah, H., & Manurung, H. P. (2020). Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie (Studi Kasus Pada Warga Desa Danau. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains.*
- Ibtisam, A. (2020). Analisis Pengaruh Duta Merek, Citra Merek, Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia). *Skripsi.* Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Ichsan, M., Dewi, E., Natal, S. M., & Natal, M. (2021). Analisis Mengenai Zakat Kekayaan Investasi. *Jurnal Islamic Circle. 2(1), 101–117.*
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 21(1).*
- Kementrian Pertanian Republik Indonesia (2021)."Data Konsumsi Kopi Nasional".<https://www.pertanian.go.id/home/?show=news&act=view&id=5116>, diakses pada 3 oktober 2022 pukul 18.00 WIB.
- Khumairo., Lukiana., Kasim. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang. *Progress Conference Vol. 1, No. 1, Agustus 2018.*

- Kusumaningrum, F. D., & Supradewi, R. (2019). Pengaruh Warna Cangkir Terhadap Persepsi Cita Rasa Minuman Kopi Pada Mahasiswa Angkatan 2018 Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA (KIMU 2,2004, 409–419)*
- Lalujan, D. I. O., Pengemanan, S. S., & Tumbuan, W. J. F. A. (2016). Analyzing the Influence of Brand Image , Perceived Price and Perceived Quality on Consumer Buying Decision of Low Cost Green Car (Case Study of : Astra Toyota Agya At Manado). *Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(04), 145–155.*
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 95-104.*
- Marizha Dwi R, Sri Rahayu, & Ilham Wahyudi. (2020). Pengaruh Kecukupan Modal, Risiko Kredit, Profitabilitas, dan Ukuran Bank Terhadap Likuiditas (Studi Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2013 - 2018). *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja, 5(2), 90–100.*
- Maufa, M. (2012). Hukum Mengonsumsi Kopi Luwak. Blog Abu Haura Maufa. <https://abuhauramuafa.wordpress.com/2012/04/30/hukummen-gkonsumsi-kopi-luwak/>, diakses pada 14 Maret 2023 pukul 10.00 WIB.
- Muryati, M., & Zebua, A. J. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 21(2), 748.*
- Musay, F. P., Administrasi, F. I., Brawijaya, U., Perusahaan, C., & Pemakai, C. (2013). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya, 2,3.*
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta : 59, 290572.*
- Ningtyas, M. (2014). Bab III Metode Penelitian Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Guru di SMAN 1 Jati Sari Kabupaten Karawang. *Institutional repositories & scientific journals, 32–41.*

- Nurchahyo, B., & Riskayanto, R. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(1), 14.
- Pertiwi, L. D. A. R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 7 Nomor 2*.
- Prastiwi. (2014). Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan Bengkel Indo. *Journal of Chemical Information and Modeling*. Vol. 53. ISSUE 59. Page 1689-1699
- Rahman, R. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponds White Beauty di Kecamatan Tamalate Kota Makassar. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Rizka Septiyani, Sri Rakhmawati, B. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Celebrity Endorser Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Prosiding Seminar Nasional Indonesian R Summit*, 1(1).
- Rusmanto, & Widuri, R. (2017). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi Tentang Kebermanfaatan E-Filing, Kemudahan Pengguna E-Filing, dan Kepuasan Pengguna E-Filing terhadap Penggunaan E-Filing Sebagai Sarana Pelaporan Pajak (Studi Kasus Pada Klien Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1-17.
- Santoso, B. (2018). " Apa perbedaan R Squared, R squared adjusted, dan R Squared Predicted ". <https://agungbudisantoso.com/apa-perbedaan-r-squared-r-squared-adjusted-dan-r-squared-predicted/>, diakses pada 25 November 2022 pukul 13.00 WIB.
- Sinambela, A. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Bubuk Kemasan. *Management & Accounting Reseach Journal Global*. Vol. 1 No.2.
- Sitompul, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 7(1), 51-64.

- Sudaryanto, S., Subagio, N. A., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019). Influence Of Brand Image, Price, and Promotion On Consumer's Buying Decision of Fast Moving Consumer's Good With Culture As a Moderating Variable In Basmallah Retail Store In Indonesia. *Internaltional Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3), 85-92.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sulistiyono. (2011). Gambaran Asupan Zat Gizi Dan Aktivitas Fisik Mahasiswa Ilmu Keolahragaan Universitas Pendidikan Indonesia. *repository.upi.edu 19. page 19-29*.
- Top Brand Awards. (2022)."Top Brand Award Kopi Bubuk Berampas". <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>, diakses pada 3 Oktober 2022 pukul 18.30 WIB.
- Wicaksana, A. (2016). Bab IV Hasil Penelitian. Page 30-50. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-casa7e576e1b6bf>, Diakses 8 November 2022 pukul 20.00 WIB.