

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI KELILING EVERDEY
DI KOMPLEKS KAV DKI, CIPEDAK**



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana

NOVI WIJAYANTI

24220001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSA MANDIRI
JAKARTA
2026**

PERSEMBAHAN

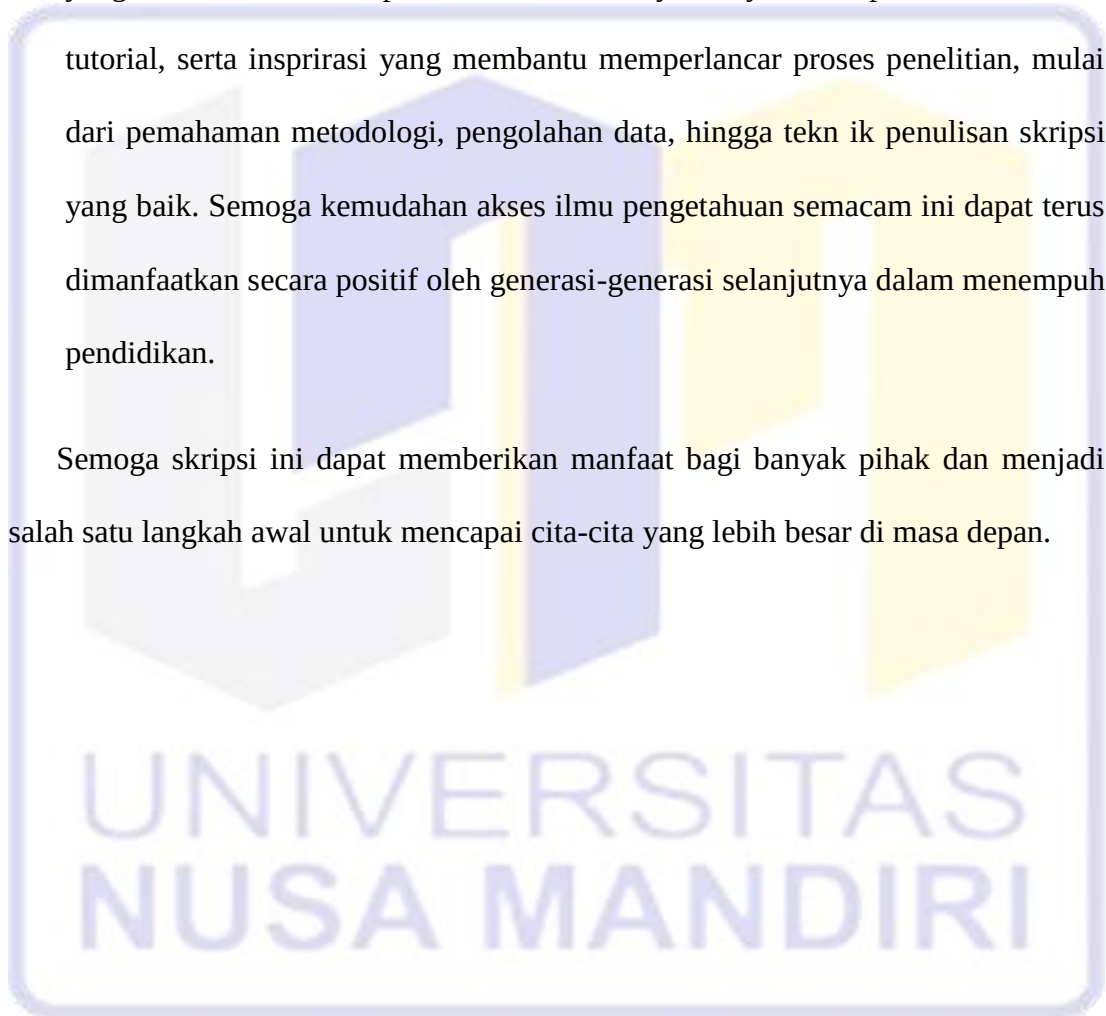
Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kepada diri saya sendiri, yang telah berjuang, bertahan dan tidak menyerah menghadapi berbagai rintangan, terutama ditengah padatnya pekerjaan hingga akhirnya mampu menyelesaikan karya ini dengan sebaik-baiknya.
2. Kepada kedua orang tua saya tercinta, Bapak Karta wijaya dan Alm Ibu Miliar, yang senantiasa mencurahkan kasih do'a dan dukungan tanpa henti sejak awal perjalanan pendidikan saya hingga terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih atas setiap pengorbanan, kesabaran dan kepercayaan yang telah diberikan, sehingga saya mampu melalui setiap tantangan dalam menyelesaikan studi ini.
3. Kepada dosen pembimbing saya, Bapak Hary Mulyadi, yang telah dengan sabar membimbing, memberi arahan dan berbagi ilmu yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Kepada Kakak dan Adik saya, terima kasih atas dukungan moral dan semangatnya yang selalu diberikan disetiap langkah perjalanan saya.
5. Kepada teman-teman di group chat Nonton, group chat Kejar Tayang, grup chat kelas yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, yang telah menemani, berbagi suka duka, berbagi pendapat dan semangat selama masa perkuliahan terutama pada masa bimbingan.
6. Kepada Everydey.id, khususnya kru dan pihak manajemen yang telah bersedia menjadi objek penelitian ini, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan, keterbukaan, serta kerja sama yang diberikan selama proses pengumpulan data, wawancara dan penyebaran kuesioner. Tanpa dukungan dan

izin yang diberikan, penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan masukan yang berarti bagi perkembangan dan kemajuan usaha Kopi Everyday ke depannya.

7. Kepada Youtube dan Tiktok, yang telah menjadi sumber belajar dan referensi tambahan selama proses penyusunan skripsi ini. Melalui berbagai konten edukatif yang tersedia di kedua platform tersebut, saya banyak memperoleh wawasan, tutorial, serta inspirasi yang membantu memperlancar proses penelitian, mulai dari pemahaman metodologi, pengolahan data, hingga teknik penulisan skripsi yang baik. Semoga kemudahan akses ilmu pengetahuan semacam ini dapat terus dimanfaatkan secara positif oleh generasi-generasi selanjutnya dalam menempuh pendidikan.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak dan menjadi salah satu langkah awal untuk mencapai cita-cita yang lebih besar di masa depan.



LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Novi Wijayanti

NIM : 24220001

Mahasiswa Program Studi : Manajemen Bisnis

Program Studi Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul: **“Pengaruh *brand image*, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen kopi keliling Everdey di Kompleks KAV DKI, Cipadak”** adalah asli (orsinil) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan di mana pun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari **Universitas Nusa Mandiri** dicabut/dibatalkan.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Juli 2026

Yang menyatakan,



10000
Rp. 10.000
METERAI
TEMPEL
052E4AOX056418482

Novi Wijayanti

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Novi Wijayanti

NIM : 24220001

Mahasiswa Program Studi : Manajemen Bisnis

Program Studi Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada pihak **Universitas Nusa Mandiri**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul **“Pengaruh *brand image*, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen kopi keliling Everdey di Kompleks KAV DKI, Cipadak”**, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini kepada pihak **Universitas Nusa Mandiri** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Nusa Mandiri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Juli 2026

Yang menyatakan,


Novi Wijayanti

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Novi Wijayanti

NIM : 24220001

Mahasiswa Program Studi: Manajemen Bisnis

Program Studi Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenjang : Strata Satu (S1)

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Brand image*, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Keliling Everdey Di Kompleks Kav Dki, Cipedak

Untuk dipertahankan pada Periode I-2026 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis (S.M) pada Program Sarjana Program Studi Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 14 September 2026

PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Dosen Pembimbing: Hary Mulyadi, S.E., M.M.



Hary Mulyadi

Ditandatangani Digital:
Hary Mulyadi
2026-09-15 06:59:33

DEWAN PENGUJI

Penguji I : Instianti Elyana, M.M., M.Kom.



Instianti Elyana

Ditandatangani Digital:
Instianti Elyana
2026-09-14 14:32:34

Penguji II : Bryan Givan, S.E., M.M.



Bryan Givan

Ditandatangani Digital:
Bryan Givan
2026-09-15 08:36:39

**LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI****UNIVERSITAS NUSA MANDIRI**

NIM : 24220001

Nama Lengkap : Novi Wijayanti

Dosen Pembimbing : Hary Mulyadi

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *brand image*, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen kopi keliling Everdey di Kompleks KAV DKI, Cipedak

NO	Tanggal Bimbingan	Pokok Pembahasan	Paraf Dosen Pembimbing
1	10/April/2026	Judul skripsi	
2	17/April/2026	Pendahuluan Masalah	
3	13/Mei/2026	BAB II landasan teori	
4	20/Mei/2026	Revisi BAB III	
5	28/Mei/2026	BAB IV	
6	15/Juni/2026	Revisi BAB IV	
7	22/Juli/2026	Olak data	
8	27/Juli/2026	Revisi BAB IV & V	

Catatan untuk Dosen Pembimbing. Bimbingan Tugas Akhir:

- * Dimulai pada tanggal
- * Diakhiri pada tanggal
- * Jumlah pertemuan bimbingan

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing

(Hary Mulyadi)

Keterangan

- * Lembar bimbingan Tugas Akhir diketik dan tanda tangan asli dan masing-masing mahasiswa WAJIB melampirkan lembar bimbingan Tugas Akhir minimal 8 (delapan) kali dan telah ditandatangani oleh Asisten Dosen Pembimbing.

LEMBAR PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh *brand image*, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen pada kopi keliling Everdey di Kompleks KAV DKI, Cipedak”** adalah hasil karya tulis asli NOVI WIJAYANTI dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku di lingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini, tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama : NOVI WIJAYANTI

Alamat : Jl. Gandaria Ujung No.41 Rt.11 Rw.02, Jagakarsa Jakarta Selatan

No.Telp : 0877-5463-5477

E-mail : novi.wijayanti061194@gmail.com / dragon.origamiwarior11@gmail.com

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Dimana Tugas Akhir ini penulis sajikan dalam bentuk buku yang sederhana. Adapun judul Tugas Akhir, yang penulis ambil sebagai berikut, **“Pengaruh *brand image*, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen pada kopi keliling Everdey di Kompleks KAV DKI, Cipedak”**.

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan Program Sarjana Universitas Nusa Mandiri. Sebagai bahan penulisan diambil berdasarkan hasil penelitian (eksperimen), observasi dan beberapa sumber literatur yang mendukung penulisan ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan Tugas Akhir ini tidak akan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Nusa Mandiri
2. Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Mandiri
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri
4. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Nusa Mandiri.
5. Bapak Hary Mulyadi, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
6. Bapak/ibu dosen Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Nusa Mandiri yang telah memfasilitasi penulis dengan semua bahan yang diperlukan.
7. Staff / karyawan / dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri.

8. Orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan moral maupun spiritual.
9. Rekan-rekan mahasiswa kelas

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebut satu per satu sehingga terwujudnya penulisan ini. Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh sekali dari sempurna, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang.

Akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya.

Jakarta, 29 Juli 2026



Novi Wijayanti



UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen Kopi Keliling Everydey di Komplek KAV DKI Cipedak , Jagakarsa, Jakarta Selatan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatif. Sampel penelitian berjumlah 91 responden yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan *Struktural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.1.1.8. hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya *brand image*, harga dan kualitas produk tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian *indirect effect* menunjukkan bahwa keputusan pembelian memediasi secara signifikan pengaruh *brand image*, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Nilai R^2 keputusan pembelian sebesar 0,530 dan R^2 kepuasan konsumen sebesar 0,493. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian merupakan jalur *intervening* dalam hubungan antara *brand image*, harga dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen pada Kopi Keliling Everydey.

Kata kunci: *Brand image*; Harga; Kepuasan Konsumen; Keputusan Pembelian; Kualitas Produk.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand image, price and product quality on purchase decisions and their impact on customer satisfaction at Everydey Mobile Coffee in Komplek KAV DKI cipedak, Jagakarsa, South Jakarta. A quantitativ approach with a survey method was employed. The study involved 91 respondents selected using non-probability sampling with purposive sampling. Data were analyzed using Struktural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) with SmartPLS 4.1.1.8. the results show that brand image, price and product quality have positive and significant effect on puchase decisions, while purchase decisions have a positiveand significant effect on customer sastification. In contrast, brand image, price and product quality do not have significant direct effect on customer satisfaction. The indirec effect test shows that puschase decisions significantly mediate the effect of brand image, price, and product quality on customer satisfaction. The R^2 value for puschase decisions is 0,530, while the R^2 value for custemor satisfaction is 0,493. These findings indicate that purchase decisions function as an intervening pathway in the relathionship between brand image, price and product quality and customer satisfaction at Everydey Mobile Coffee.

Keywords: *Brand image; Price; Product Quality; Purchase Decision; Customer Satisfaction.*

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, A. m, & Johansen. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Kopi Kapal Api di Kota Pekanbaru. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 89–107.
<https://journal.al-matani.com/index.php/invest/article/view/279/199>
- Aribah, A., & Yusuf, A. (2025). Pengaruh Perceived Value Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Kepuasan Konsumen Teras Depan Kopi Cipete Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(12), 855–866.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v3i12.7841>
- Arie Pratama, I. G., & Ariasih, M. P. (2026). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi Banyuwatis. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 13.
<https://doi.org/10.53697/emak.v7i2.3705>
- Aziza, W. N., Ediyanto, & Premesthi, R. A. (2025). Pengaruh Kualita produk, word of mouth, dan brand image terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variable intervening pada produk air mineral dalam kemasan merek vurota di situbondo.pdf. *Jurnal Mahasiswa Enterpreneur (JME)*, 4(2), 413–431.
- Azizah. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61–69.
- Beliya, S., Kumbara, V. B., & Karlinda, A. E. (2025). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Motor Beat Dealer Honda Cempaka Motor

Muaro Sijunjung. *Indonesian Research Journal on Education*, 5(2), 139–151.

[https://www.semanticscholar.org/paper/Pengaruh-Brand-Image-dan-Kualitas-Produk-terhadap-Beliya-](https://www.semanticscholar.org/paper/Pengaruh-Brand-Image-dan-Kualitas-Produk-terhadap-Beliya-Kumbara/62807512ba608a6cb0333411e1dc4a3742445da5)

[Kumbara/62807512ba608a6cb0333411e1dc4a3742445da5](https://www.semanticscholar.org/paper/Pengaruh-Brand-Image-dan-Kualitas-Produk-terhadap-Beliya-Kumbara/62807512ba608a6cb0333411e1dc4a3742445da5)

Brono, H. (2026, January 12). Industri Makanan dan Minuman Tumbuh Pesat pada 2025 , Tren Kuliner Digital Jadi Penggerak. *Koran Jakarta*. <https://koran-jakarta.com/2026-01-12/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-pesat-pada-2025-tren-kuliner-digital-jadi-penggerak>

Cahyani, E. A., & Hartono, R. (2025). PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI KENANGAN MALL CIPUTRA LAND Ellis. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udavana*, 14(10), 814–827. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2025.v14.i10.p05>

Cahyaningrum, A. N., & Yoestini. (2018). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INDOSAT OOREDOO (Studi Kasus pada Konsumen Indosat Ooredoo di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Cynthia, V., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Tuku Grand Galaxy Bekasi. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 712–721. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/bullet/article/view/3069>

Fadini, A., Mustari, Tadampali, A. C. T., Ilyas, M., Tahir, T., & Nurjannah. (2025). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN POTONGAN

HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* (JURKAMI), 10(1).

<https://www.jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE/article/view/4271/24>
28

Fauziyah, A., Nur, Y., & Z, N. (2023). Pengaruh Lifestyle , Harga , Dan Kualitas Produk. *Nobel Management Review*, 4(vol. 4 No.1), 142–156.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37476/nmar.v4i1.3896>

Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). In Q. Media (Ed.), *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. Qiara Media.

Ghozali, I. H., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris e.1*. Yoga Pratama.

Goodstats. (2024). Pola Konsumsi Kopi Orang Indonesia di Tahun 2024. *Artikel*, (September), 1–13. <https://goodstats.id/publication/hasil-survei-pola-konsumsi-kopi-orang-indonesia-di-tahun-2024-AiM7t>

Hair, Jr., J. F., M. Hult, G. T., M. Ringle, C., Sarstedt, & Marko. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) [3 ed]. In *Sage Publishing* (Vol. 3, Number 1). <https://penerbit.undip.ac.id/index.php/penerbit/p>

Hidayat, N. (2024, December 12). Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Meningkat. *Bisnis.Com*. <https://foto.bisnis.com/view/20241212/1823590/konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-meningkat>

Hifziah, H., Eliza, & Pebrian, S. (2025). Harga dan Kualitas Produk sebagai Penentu Utama Keputusan Pembelian Konsumen Kedai Kopi Modern. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 14(1), 53–67.

<https://doi.org/10.21776/ub.industria.2025.014.01.4>

Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan. In *Unitomo press*. Unitomo Press.

<https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ>

Istiqamah, M., Tirtayasa, S., & Pasaribu, H. K. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal AKMAMI*, 2(1), 68–78.

Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of Marketing 18e Global Edition*. Pearson Education Limited.
https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292341200_A39573392/preview-9781292341200_A39573392.pdf

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing-Management-by-Philip-Kotler-15th-Edition. In *Journal of Marketing* (Vol. 37, Number 1). Pearson Education Limited.
<https://dspace.vnbrims.org/items/0c7f6bb2-d512-42bb-ba5a-784329214f18>

Laki, D. A. S., Haikal, R., & Fitriyadi, Y. A. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 1(2), 72–76.
<https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/40474/19047>

Latan, H., & Ghazali, I. (2020). *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications using SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Universitas Diponogoro.
https://www.researchgate.net/publication/283619375_Partial_Least_Squares_Concepts_Techniques_and_Applications_using_SmartPLS_3

Leon, F. M., Suryaputri, R. V, & Purnamaningrum, T. K. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Manajemen, Keuangan, dan Akuntansi* (M. Masykur, Ed.). Salemba

Empat.

Manggala, H., Adirinekho, G. P., & Si, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Shaburi Kelapa Gading). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 39–53.
<https://jurnal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/49600/17721>

Mursidi, A., & Gunistiyo. (2024). Pengaruh Persepsi Harga , Brand image dan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Konsumen Sebagai Variabel Intervening Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Perpajakan, Manajemen Dan Akuntansi*, 16(2), 1–21. <https://doi.org/10.24905/permana.v16i2.440> Acknowledgment A

Musman, A. (2024). *Strategi Manajemen Kepuasan Pelanggan: Ketahui Faktor & Cara analisis Loyalitas Pelanggan Dengan Buku Ini*. Anak Hebat Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=1OdveQAAQBAJ>

Nadhir, M., Kurniawan, P., & Jufri, A. (2025). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Kopi Rusa Jantan). *Indonesia Economic Jurnal*, 1(2), 1088–1099.
<https://doi.org/doi.org/10.63822/kpsey480>

Oktyandito, Y. W. (2025). 7 Franchise Kopi Keliling dan Harga Paketnya , Berminat ? *IDN Times*. <https://www.idntimes.com/business/economy/franchise-kopi-keliling-dan-harga-paketnya-q9t03-00-qftxr-0zt2jg>

Pahmi. (2024). *Kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli masyarakat* (A. Karim, Ed.). PT Nas Media Indonesia.

Pratama, P. (2024). INFOGRAFIK: Startup Kopi Merambah Pasar Starling. *Katadata.Co.Id*. Data tersebut menunjukkan bahwa kopi telah menjadi bagian dari aktivitas harian masyarakat yang dikonsumsi tidak hanya pada pagi hari,

tetapi juga pada malam hari untuk menunjang aktivitas sosial, pekerjaan maupun hiburan.

Putra, A. E., & Budiono, A. (2023). Pengaruh Citra Merek , Word of Mouth, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan di Es tTeh Indonesia Bintaro. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 13(1), 137–149.
<https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.1874>

Ramdhani, B., & Nainggolan, B. M. (2022). The Influence of Brand Image and Price Perception on Customer Satisfaction Through Purchasing Decisions at Richeese Kemang Factory South Jakarta. *Sinomika Journal | Volume*, 1(3), 321–340.
<https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.272>

Saputra, D. E., Dolorosa, E., & Aritonang, M. (2021a). Pengaruh harga dan kualitas produk kopi lada hitam terhadap keputusan pembelian serta dampaknya pada kepuasan konsumen (studi kasus kopi Bang Aziz). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 5(3), 892–905.

Saputra, D. E., Dolorosa, E., & Aritonang, M. (2021b). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK KOPI LADA HITAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Kopi Bang Azis). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 5(3), 892–905.
<https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.03.26>

Stone, H., Bleibaum, R. N., & Thomas, H. A. (2020). *Sensory Evaluation Practices*. Academic Press. <https://books.google.co.id/books?id=U2XRDwAAQBAJ>

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (F. Sigit, Ed.; 1st ed.). ANDI.
https://books.google.co.id/books/about/Manajemen_Pemasaran_Teori_Dan_Im

plementa.html?id=U-wNEQAAQBAJ&redir_esc=y

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B E2* (Sutopo, Ed.). Alfabeta Bandung.

Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran* (D. Pratama, Ed.). UIR Press. <https://repository.uir.ac.id/24144/1/2>. Buku Manajemen Pemasaran.pdf

Sundari, E., & Hanafi, I. (2024). Strategi Pemasaran. In A. Afwa (Ed.), *UIR Press*. UIR Press. <https://repository.uir.ac.id/24143/1/1>. Buku Strategi Pemasaran.pdf

Suswastika, I. W. K., Budiman, Casriyanti, Megawati, I., Rahman, R. S., Oroh, F. N., Nasution, Y., Aurelia, P. N., Rahmawati, Girikallo, A. S., Adhitya, W. R., Suryani, U., & Hanafiah, H. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Litnus.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service Quality Satisfaction e.15. In *Andi* (15th ed.). ANDI.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan, Konsep, Pengukuran, Dan Strategi*. Andi Offset. <https://books.google.co.id/books?id=LO7dzwEACAAJ>

Ulum, M. B. (2025). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KUALITAS LAYANAN PADA CAFE RENE KOPI SURABAYA*. 6(0), 167–186. https://repository.untag-sby.ac.id/3943/8/bahrul_jurnal.pdf

Wahyudi, E. (2026, May 13). Kopi Sejuta Jiwa Kini Jadi Pilar Bisnis JIWA Group dengan 1 . 500 Gerobak. *Fortune Indonesia*. <https://www.fortuneidn.com/business/kopi-sejuta-jiwa-kini-jadi-pilar-bisnis-jiwa-group-dengan-1-500-gerobak-00-my5jv-kmgn8n>

Wowor, C. A. ., Lumanuw, B., & Ogi, I. W. J. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1058–1068.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35233>

Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen* (F. Rezeki, Ed.). PT Kimshafi Alung Cipta. <http://repository.ipwija.ac.id/5125/3/2024-20240530-Buku Keputusan Pembelian Konsumen-May 2024.pdf>

Wulansari, R. (2022a). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Outlets Worldwide Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 3(2), 961–972. <https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>

Wulansari, R. (2022b). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Outlets Worldwide Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 3(2), 961–972. <https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>

Yuliasati, D. (2026). Kopi , Roda , dan Rasa : Revolusi Jago Coffee di Jantung Kota. *Fortune Indonesia*. <https://www.fortuneidn.com/business/stok-kopi-roda-dan-rasa-revolusi-jago-coffee-di-jantung-kota-00-4vfn9-z1tnyw>

Yurindera, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Barista Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Himpunan Kopi Jakarta. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 24(1), 44–55. <https://esensijournal.com/index.php/esensi/article/view/156>