

DAFTAR PUSTAKA

- Aminy, L.S. Dan Umam, M.R.K. (2025) "Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Brand Awareness Coffee Shop Dengan Kualitas Konten Sebagai Variabel Mediasi The Influence Of Influencer Marketing On Coffee Shop Brand Awareness With Content Quality As A Mediating Variable," *Jurnal Kelitbangan*, 13(1), Hlm. 1–15. Tersedia Pada: [Http://Journalbalitbangdalamampung.Org](http://Journalbalitbangdalamampung.Org).
- Ayu, G. Dkk. (2023) *The Influence Of Influencer Credibility And Brand Image On Purchase Interest Of Facial Skin Care Products Marketed Through Tiktok On Generation Z Female Consumers In Denpasar City*.
- Dewi, W.E. Dan Zakky Fahma Auliya (2025) "Model Stimulus-Organism-Response (S-O-R): Peran Trust Sebagai Mediasi Dalam Keputusan Pembelian Produk N'Pure Di Tiktok Shop," *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), Hlm. 775–790. Tersedia Pada: [Http://Doi.Org/10.57178/Paradoks.V8i3.1389](http://Doi.Org/10.57178/Paradoks.V8i3.1389).
- Diana Maria, H. Dkk. (2025) *Pendampingan Naik Kelas Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Era Transformasi Digital Melalui Optimalisasi Branding Dan Artificial Intelligence*.
- Gadjah Mada, U. (2026) "Tren Ekonomi Dan Budaya Konsumsi Kopi Di Indonesia Duala Oktoriani," *Politik Dan Humaniora*, 6(1), Hlm. 1–10.
- Ghozali (2022) *Aplikasi AnalIsis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26 Ibm" Spss" Statistics »*. Diterjemahkan Oleh Ghozali.
- Ghozali (2021) *Aplikasi Anal Isis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26 Ibm" Spss" Statistics »*.
- Glen, G., Purba, E. Dan Simanjuntak, M. (2024) *Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision Pada Produk Skincare Hanasui Di Tiktok Shop*.
- Hasnah, H. Dkk. (2024) "Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kahf Di Tiktok Shop," *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal Of Marketing Science)*, 23(3), Hlm. 257–265. Tersedia Pada: [Https://Doi.Org/10.14710/Jspi.V23i3.257-265](https://Doi.Org/10.14710/Jspi.V23i3.257-265).
- Heru Kurniawan (2022) *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*.
- Ichtiar, N.I.A.Z., Suhud, U. Dan Kusumaningtyas, D.P. (2025) "Pengaruh Influencer Marketing, E-WOM, Brand Image Terhadap Purchase Intention Dan Purchase Decision Produk Jennskin Deodorant Di Tiktok Shop," *Prosiding Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia - E-ISSN 3026-4499*, 1(4), Hlm. 148–161.

Indah Datin Nadliroh (2024) “Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuman Di Sektor Umkm Malang Dipengaruhi Oleh Label Halal Dan Kualitas Produk,” *Jurnal Akademika*, Hlm. 1–6.

Jessica Novin Prananda Putri (2023) “Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Pond’s Di Kota Semarang).”

Jumlah Coffee Shop Dan Cafe Di Kota Tasikmalaya | Open Data Kota Tasikmalaya (2024). Tersedia Pada: <https://opendata.tasikmalayakota.go.id/dataset/jumlah-coffee-shop-dan-cafe-di-kota-tasikmalaya> (Diakses: 22 Desember 2025).

Kawilarang, C.G., Tumbuan, W.J.F.A. Dan Loindong, S.S.R. (2022) “Analisis Pengaruh Celebirty Endorsement, Beauty Vlogger Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal Somethinc,” *Jurnal EMBA*, 10(4), Hlm. 770–779.

Kependudukan Kota Tasikmalaya Tahun 2023 Semester II | Open Data Kota Tasikmalaya (2023). Tersedia Pada: <https://opendata.tasikmalayakota.go.id/artikel/kependudukan-kota-tasikmalaya-tahun-2023-semester-i> (Diakses: 22 Desember 2025).

Kompas.Id (2025) *Jakarta Coffee Week 2025 Dan Tren Pasar Kedai Kopi Indonesia*. Tersedia Pada: <https://www.kompas.id/artikel/jakarta-coffee-week-2025-dan-tren-pasar-kedai-kopi-indonesia> (Diakses: 22 Desember 2025).

Kusmiyati, A. Dan Kuswati, R. (2024) *The Effect Of Socl Media Influencer Toward Purchase Intention On The Originote Product Mediated By Parasocial Interaction*.

Maharani, D.A. Dkk. (2023) “Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal Of Management Studies) And Influencer Marketing On Purchase Decision Pengaruh Digital Marketing , Brand Image , Dan Influencer Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya,” 11(2), Hlm. 121–132.

Maulidyah Ahza, Usep Suhud Dan Meta Bara Berutu (2025) “Customer Engagement, Digital Promotion, Dan Influencer Credibility Sebagai Faktor Yang Mempengaruhi Purchase Decision Dan Customer Loyalty Produk Skincare Pada Pembelian Di Social Commerce,” *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), Hlm. 245–269. Tersedia Pada: <https://doi.org/10.62710/T3y4hq53>.

MAWARDA, A. (2024) “Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Luxcrime Pada Tiktok Shop Di Kota Malang).”

- Mikraj, A.L. Dkk. (2025) “Perkembangan Dan Strategi Bisnis Coffee Shop Di Era Modern : Studi Kasus Pada Coffee Shop Lokal Di Indonesia Program Studi Culinary Art , Universitas Pradita Dalam Satu Dekade Terakhir . 1 Konsumsi Kopi Bukan Lagi Sekadar Kebiasaan Harian , Tetapi,” 5(2), Hlm. 2210–2220. Tersedia Pada: <https://doi.org/10.37680/Almikraj.V5i2.7624>.
- Nabilaturrahma, N., Sarah Maesaroh, S. Dan Nuryadin, A. (2024) “Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Purchase Decision Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Wardah Uv Shield Series,” *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(6).
- Narayana, K.G.S. Dan Rahanatha, G.B. (2020) “Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian,” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), Hlm. 1962. Tersedia Pada: <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I05.P16>.
- Nisa, M., Saputra, M.H. Dan Rahmawati, F. (2025) “Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Somethinc Di Purworejo),” *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis Online*, 6(1), Hlm. 102–118.
- Nugraha, J. Dkk. (2024) *Webinar Nasional-Periode 2 "Mewujudkan Indonesia Emas Melalui Pemberdayaan Masyarakat Yang Inovatif Dan Berkelanjutan*.
- Nugraha, J. Dkk. (2024) *Transformasi Digital: Layanan Produk & Promosi Untuk Umkm Di Smk Kehutanan Sobat Bumi, Kawalu Kota Tasikmalaya*. Tersedia Pada: <https://data.tasikmalayakota.go.id/home/kecamatan-kawalu/data-ukm-kecamatan-kawalu-tahun->.
- Oktaviani Putri (2024) “Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Anugrah Putri Oktaviani 2001011012.”
- Pamungkas, A. Dkk. (2024) “Pengaruh Paparan Iklan Dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Beli,” *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 23(1), Hlm. 13–24. Tersedia Pada: <https://doi.org/10.22225/We.23.1.2024.13-24>.
- Pratiwi, M.E. Dkk. (2022) “Pengalaman Terkait Strategi Koping Perempuan Dengan Hiv/Aids Yang Terlibat Dalam Program Menulis Ekspresif,” *Jurnal Psikologi Terapan (Jpt)*, 5(2), Hlm. 68. Tersedia Pada: <https://doi.org/10.29103/Jpt.V5i2.10424>.
- Rachel Rosalia Dan Iskandar Ali Alam (2025) “Pengaruh Brand Image Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Usaha Kopi Sheo,” *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), Hlm. 191–206. Tersedia Pada: <https://doi.org/10.30606/Qv8s0q40>.

Rizky Ananda, M. Dkk. (2023) “Konsekuensi Dari Influencer Endorsement,” *Journal On Education*, 05(02), Hlm. 4633–4643.

Samsul Hidayat, M., Abi Ramadhan, R. Dan Curatman, A. (2025) *Social Media Marketing And Electronic Word Of Mouth At Coffee Shop: The Mediating Role Of Brand Image On Purchasing Decisions, Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics (Iijse)*.

Sari, I., Putri, P. Dan ... (2023) “Analisis Strategi Content Marketing Pada Coffee Shop Sapaloka Di Denpasar,” *Journal Of Economic ...*, 6(1), Hlm. 21–27.

Sholikhah, D.A. Dan Rokhmat, R. (2024) “Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing, Dan Influencer Marketing Terhadap Purchase Decision Pada Pengguna Social Commerce Tiktok Shop Di Yogyakarta,” *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(3). Tersedia Pada: <https://doi.org/10.59188/Covalue.V15i3.4620>.

Sugiyono (2023) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Tersedia Pada: www.cvalfabeta.com. “T_PAR_2208484_Chapter 1 (1).”

|