

- Ayuningtyas, Rizky. “Analisi Pengaruh Promosi, Desain Produk, Dan Kelompok dalam Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening”. *Diponegoro Journal Of Management* Vol 5 No 2, 2016.
- Cahyono, adi dkk. “The Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Brand Switching”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 1 No. 1, 2015
- Ferrinadewi, Erna. “Merek dan Psikologi Konsumen”. Jakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Kotler, Amstrong. “Prinsip-prinsip pemasaran”. Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kotler, Philip. “Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian”. Salemba Empat. Jakarta, 2001.
- Landahl, J., & Johannesson, H. “Product Variety And Variety In Production”. *International Design Conference*, 817–828. <https://doi.org/10.21278/idc.2018.0208>.
- Lau, Geok Then and Sook Han Lee. “Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty”. *Journal of Market Focused Management*, 1999.
- Lee, W. S., Moon, J., & Song, M. “Attributes Of The Coffee Shop Business Related To Customer Satisfaction”. *Journal of Foodservice Business Research*, 21(6), 628–641. 94 <https://doi.org/10.1080/15378020.2018.1524227>, 2018.
- Mudjiyanti, R. “The Effect of Cafe Atmosphere on Loyalty through Customer Satisfaction”. *Innovation Business Management and Accounting Journal*, 2022.
- Setiadi, Nugroho J. “Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran”. Edisi pertama, cetak I. Bogor: Penerbit Kencana, 2003
- Taufik H, R., Tresnati, R., & Akbar, Moch, M. “Pengaruh Brand image dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen”. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(2), 878, 2020.
- Tjiptono, Fandy. “Manajemen & Strategi Merek”. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011.