

DAFTAR PUSTAKA

- Andryanto, R. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko Online (Studi Empiris yang Dilakukan Pada OLX.co.id di Yogyakarta)*. Skripsi Sarjana Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Statistik Kopi Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bagastia, M. I. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi Sarjana Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga.
- Bekraf. (2017). Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif. www.bekraf.go.id/.../pdf/180734-data-statistik-dan-hasil-survei-ekonomi-kreatif.pdf. Diakses pada hari Senin, 18 November 2019 pukul 21.30 WIB
- Cho, Y. C., & Sagynov, E. (2015). Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust, And Purchase Intention In The Online Environment. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, 19 (1), 21-36. <https://doi.org/10.19030/ijmis.v19i1.9086>
- Departemen Perdagangan RI. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Derexel, E. S dan Trim Gerlica. (2014). Impact of A Product Name Change On The Consumer's Perception And Behavior. *Bachelor Thesis Business Administration – 60 ETCS Halmstad University*.
- Dwiyanti, E, Nurul Q dan Wenny M. T. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 8 No. 2.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariete*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A, Hatane S, Diah D. (2013). Analisis Pengaruh Store Name, Brand Name dan Price Discounts Terhadap Purchase Intention Konsumen Infinite Tunjungan Plaza. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 1, No. 1.
- Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States: Pearson.

- <https://food.detik.com/info-kuliner/d-3035516/tren-kopi-di-indonesia-dari-kopijitu-hingga-spesialiti-kopi-yang-populer>, diakses pada hari Senin, 18 November 2019 pukul 22.00 WIB
- <https://katadata.co.id/berita/2019/10/01/usung-konsep-grab-and-go-kopikenangan-jual-2-juta-kopi-per-bulan>, di akses pada hari Selasa, 19 November 2019 pukul 20.00 WIB
- <https://kopikenangan.com/tentang-kami/>, diakses pada hari Senin, 18 November 2019 pukul 22.10 WIB
- <https://www.bps.go.id/>, diakses pada hari Senin, 18 November 2019 pukul 21.30 WIB
- Idoko, E. D *et al.* (2013). Effects of Intrinsic and Extrinsic Product Cues on Consumers Purchase Intention: A Study of Alcoholic Beverage Consumers In A Developing Country Metropolitan City. *International Journal Of Arts, Science & Commer.* Vol- IV. E-ISSN 2229-4686.
- Interbrand. *Brands and Branding An Economist Book.* 2004.
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset
- Kanchanatane, K, Nuttida S dan Anu J. (2014). Effects of Attitude toward Using, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Compatibility on Intention to Use E-Marketing. *International Journal of Management Research*, Vol. 6, No. 3.
- Kertajaya, H. (2010). *Brand Operation.* Jakarta: Esensi (Erlangga Group).
- Kotler dan Keller. (2006). *Marketing Management* 12 Ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler dan Keller. (2009). *Marketing Management, 13th edition.* London: Pearson Education Ltd.
- Lee, Nancy R and Philip Kotler. (2011). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good.* US. Sage Publication, Inc
- Lesmana, S. A. (2014). *Analisis Pengaruh Iklan, Persepsi Kemudahan dan Reputasi Terhadap Minat Beli Handphone Pada Situ Layanan Iklan Baris Online.* Skripsi Sarjana Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mirabi, V, Hamid A, Hamid T. (2015). A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention. *International Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology*, Vol. 2, Issue 1.

- Moriuchi, E, Paul J. (2017). Role of Brand Names And Product Types On Bicultural Consumers' Purchase Intentions. *International Journal of Consumer Marketing*, Vol. 34 Iss 1 pp.
- Nurrahmanto, A. P. (2015). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com*. Skripsi Sarjana Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Peraturan Presiden. (2019). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 97 Tahun 2019 Tentang Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Peraturan Presiden
- Priyatno, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Rahman, A dan Rizki Y. D. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli "Z"). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 52 No. 1.
- Sadat dan Andi M. (2009). *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sanusi, A. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputra, S. H. (2016). *Pengaruh Nama Produk, Citra Merek, Pengalaman Produk Terhadap Niat Beli Celana Jeans Levi's Di Surabaya*. Skripsi Sarjana Manajemen Pemasaran Stie Perbanas, Surabaya.
- Setiawati, M. (2015). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian*. Skripsi Sarjana Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian, Riau.
- Simatupang, T. M. (2007). "Industri Kreatif Jawa Barat". *Sekolah Bisnis dan Manajemen ITB: Masukan kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat*.
- Soehadi, A. W dan Dono, Murdiyanto. (2014). *The Power of Brand Aura*. Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing.
- Strategi Pemasaran *Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tanoni, R. V. (2012). Pengaruh Iklan Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Citra Merek dan Sikap Pada Minuman Isotonic Mizone di Surabaya. *Jurnal Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya*. Vol. 1 No. 6.
- Tjiptono, F dan Chandra, Gregorius. (2012). *Pemasaran Strategik, 2nd Edition*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- UNDP-UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report*. United Nations, AS.
- Wijaya, A. (2019). *Metode Penelitian menggunakan SMART PLS 03*. Yogyakarta: Innosain.
- Wijaya, P. S. M, Christina T. (2012). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Di Online Shop Specialis Guess. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 7, No. 2.



KALBIS Institute

Transforming Hearts and Minds

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama : Christian Dwi Putra
NIM : 2016102441
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 28 Mei 1998
Alamat : Jl. Perjuangan Gg. Setia No. 42, Bekasi Utara
No Telepon : 0812-9779-9898
Email : christiandwiputra28@yahoo.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

A. 2003 – 2004 : TK Tytyan Kencana
B. 2004 – 2010 : SD Mutiara 17 Agustus
C. 2010 – 2013 : SMP Strada Budi Luhur
D. 2013 – 2016 : SMK Strada Budi Luhur
E. 2016 – Present : Kalbis Institute

RIWAYAT PEKERJAAN

A. Juli 2019 – Mei 2020 : Magang di PT Astra International Tbk.
Divisi Brandig Product Associate (Belibareng)