

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, Biel. (2009). *Brand Equity and Advertising*. Advertising's Role in.
- Andiani. (2018). pengaruh servicescape terhadap keputusan pembelian konsumen kafe kopi di kota bogor. *institut pertanian bogor*.
- As'ad, Aji. (2020). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 183.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitiyarko, V. (2021). PSBB Hingga PPKM, kebijaka pemerintah menekan laju penularan covid-19. *kompaspedia*.
- hasan. (2012). *kamus besar bahasa indonesia*. jakarta: balai pustaka.
- Indonesia, C. (2020, april 29). *CNN Indonesia*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200429114938-92-498366/efek-corona-pendapatan-global-starbucks-turun-10-persen>
- Jamaludin, A. (2015). PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 4.
- kotler. (2002). *manajemen pemasaran edisi millenium*. jakarta: jakarta erlangga.
- Kotler. (2009). *manajemen pemasaran*. jakarta: jakarta erlangg.
- kotler, et al. (2016). *dasar dasar pemasaran*. jakarta: Jakarta Erlangga.
- kotler, et al. . (2006). *Prinsip-prinsip pemasaran*. jakarta: jakarta erlangga.
- Kotler, et al. (2012). *manajemen pemasaran edisi 13*. jakarta: jakarta erlangga.
- Kurniawan, A. (2017). PERILAKU KONSUMTIF REMAJA PENIKMAT WARUNG KOPI. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 10-11.
- Manik,

- Siregar. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP. *Journal of Social Research*, 698.
- Nurwanda, Badriah. (2020). ANALISIS PROGRAM INOVASI DESA DALAM MENDORONG. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 71.
- Panjaitan, S. A. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: sukarso pressindo.
- Perdana, Wardhani. (2021). KETERTARIKAN KONSUMEN TERHADAP LEE MIN HO SEBAGAI. *Maker: Jurnal Manajemen*, 62.
- peter, alson. (2013). *perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: selemba empat.
- Pirendra, A. (2017). PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA. *Universitas Muhamadiyah Yogyakarta*.
- pribadi. (2010). *model desain sistem pembelajaran*. Jakarta: dian rakyat.
- Rangkuti. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Jakarta: gramedia pustaka utama.
- Ridhania, F. (2021). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP GAYA KEPUTUSAN. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, 94.
- robby. (2019). STARBUCK EXPANSION IN DEVELOPING COFFEE BUSINESS IN. *JOM FISIP*, 2.
- sari, r. p. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 52.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi et al. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 138.
- Suwastiari, N. L. (2021). PENGARUH GREEN MAREKTING, KUALITAS PRODUK, DAN BRAND IMAGE. *jurnal EMAS*, 13.
- Tjipono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv. Andi.

Vivian, S. (2020). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck. *Jurnal Transaksi*, 52.

Yolanda, Soesanto. (2017). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK PROMOSI, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 3.