

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. (Edisi 1ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, T., Masita, M., Ardiawa, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif (N. Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <http://penerbitzaini.com>
- Aditria, D., Digdowiseiso, K., & Nurwulandari, A. (2023). Pengaruh Brand Image, E-wom dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi di Hits Burger Antasari Jakarta Selatan. *Technomedia Journal (TMJ)*, 8(1), 30–45.
- Apriany, A., Gendalasari, G. G., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105–114. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Ardiyanti, Y., Apriliani, R., & Bahtiar Efendi. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli Kopi Bowongso di Kabupaten Wonosobo). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(2), 100–108.
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media

Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), 438–443.
<https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.73923>

Binawati, D. P., Darpito, S. H., & Oetomo, H. (2022). Pengaruh Social Commerce, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli. In *International Student Conference on Accounting and Business* (Vol. 1).

Halifah, N., Rizal, M., & Hardaningtyas, R. T. (2025). Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Brand Awareness Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Di Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 14(01), 1503–1512.

Haniyah, A. Z., & Dewi, A. M. (2024). Citra Starbucks Pasca Kasus Pemboikotan Pro Israel. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 76–81. <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1>.

Indonesia: Coffee Annual. (2025, May 19). USDA Foreign Agricultural Service.
<https://www.fas.usda.gov/data/indonesia-coffee-annual-9>

Ghozali, Imam. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kristanto, D. A., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Sienta di Auto2000 Cabang HR Muhammad Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(1), 47–54. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i1.2156>

Khafidin. (2020). Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Saind dan Teknologi*, 1-15.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition ed.). Pearson Education, Inc
- Lukito, V. C. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Starbucks Coffee Karang Tengah (Km 13,5). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–12. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Di Kota Medan. *Journal Of Social Research*, 1(7), 694–707.
- Nabilaah, J., & Nurtjahjadi, E. (2024). Pengaruh Kampanye Hijau “Tumblr Day” terhadap Minat Beli Melalui Brand Trust pada Konsumen Starbucks Coffee (Studi Kasus pada Konsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(2), 1163–1171. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.1866>
- Nasrul Efendi, Tya Wildana Hapsari Lubis, & Sugianta Ovinus Ginting. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 197–215. <https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1626>
- Nugraha, J. P. (2021). *Konsep Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Nurdina, H., Akbar, T., & Nugraha, Y. R. Y. (2024). Dampak Boikot Konsumen terhadap Fluktuasi Harga Saham Starbucks: Analisis Empiris. *Jurnal Administrasi Profesional*, 5(2), 109-121.

Noviyanti, L., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bumbu Penyedap Masakan Merek Masako Di CV. Tri Tunggal Surabaya. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 1118–1135.

Ramadhani, M., & Nurhadi. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 200–214. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/2235>

Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126–8137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>

Salsabillah, F. F., & Wardani, N. I. K. (2023). Pengaruh Brand Image dan Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Starbucks Coffee Surabaya MERR). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 442. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.775>

Sari, P. T. I., & Prabowo, R. E. (2024). The influence of brand image, brand awareness, and brand trust on Samsung smartphone purchase decisions (study on Samsung smartphone consumers at Sinar Mas seluller shop Semarang city) Putri. *Jurnal Ekonomi*, 13(1), 2278–2290. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i01>

Sri Sarjana, Mashadi, I. N. W. W. V., Sidjabat, M. U. A. K. S. S., Raharto, A. R. U. E., & Fauzan, R. (2022). Manajemen Pemasaran. In *GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI*.

Suaib Putri, C., & Novita Sari, S. (2021). Pengaruh Brand Trust Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Mall of Indonesia

(Studi Kasus Pada Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(6), 585–592. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfa Beta.

Supangkat, A. S., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 140–149. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2.2875>

Surabayapagi.com. (2024). Starbucks Digugat dan Diboikot. <https://surabayapagi.com/read/starbucks-digugat-dan-diboikot>

Tatasari, T. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Brand Awareness Dagoda Coffee. *Business, Management, Accounting and Social Sciences (JEBMASS)*, 2(1), 50–54. <http://putrajawa.co.id/ojs/index.php/jebmass>

Wirasakti, M. R., & Purwanto, S. (2023). the Effect of Brand Image and Brand Trust on Hotel Booking Purchase Decisions in the Agoda Application. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature*, 2(6), 765–775. <https://doi.org/10.53067/ijomral.v2i6.162>

Yogi, E. K., Hanathasia, M., & Lestari, A. F. (2024). Analisis Brand Image Starbucks Indonesia Dalam Perspektif Consumer Animosity Pasca Konflik Israel-Palestina. *COMMTEMPORER: Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 1(2), 10–21. <https://doi.org/10.36782/cjik.v1i02>