

## REFERENSI

### SUMBER JURNAL

- Achmad Ali Fikri, Syamsul Arifin, M. F. F. (2022). PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PELANGGAN CAFE GULO JOWO DI SURAKARTA. 2, 787(8.5.2017), 2005–2003.
- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan. *Jurnal Ecodemica*.
- Anoraga, P. (2018). Pengaruh Harga, Promosi dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro. *Manajemen Pemasaran, Hlm 117-120*, 15–56.
- BR. GINTING, E. R. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK BIMOLI PADA MASYARAKAT KOTA MEDAN*. 6.
- Dandi, L., Afwa, A., & Hasan, H. (2023). the Influence of Store Atmosphere and Social Media Promotion on Purchase Decisions At Coffee Shop in Pekanbaru (Case Study Rehat Coffe). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 158–166. <https://doi.org/10.31846/jae.v11i1.590>
- Djati, T. A. (2020). Pemasaran Dalam Mempengaruhi Perilaku Konsumen “Decoy Effect” Membeli Produk Yang Lebih Mahal. *Jurnal Brand*, 2(2), 190–194.

<https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/download/672/516/>

Erika Ayuningtyas, Budi Santoso, P. W. (2023). *ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN BERDASARKAN DIVERSIFIKASI PRODUK, HARGA, DAN KEPUASAN PELANGGAN*. 2(1), 99–114.

Fachrurazi. (2023). *Consumer lifestyle of coffee shop in garut regency area*. 12(01), 6–12.

Fatma Azizah, M. F. A. (2023). *J-MAS*. 8(1), 907–913.  
<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1196>

Hadisantoso, M. M. (2021). *STUDI EKSPERIMEN DECOY EFFECT DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDUSTRI JASA SALON DI YOGYAKARTA*. February, 6.

Indawati Lestari. (2023). *AN INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CAFE ATMOSPHERE ON CUSTOMER INTEREST TO RETURN VISIT STARBUCK IN MEDAN CITY*. 12(May), 1577–1581.

Iskak Hariyono, Widi Dewi Ruspitasari, Y. H. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 2(1).  
<https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jeb/article/view/245/189>

Islam, U., Sultan, N., Kasim, S., Memenuhi, U., & Syarat, S. (2021). *GAYA KOMUNIKASI SELEBGRAM ANGGARITA DALAM PRODUCT ENDORSEMENT*. 4809.

Janna, N. M., & H. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah*.

- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Khumaini, S., & Nadiya, A. J. (2021). Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berinvestasi Saham Di Pasar Modal Syariah. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i1.4614>
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mointi, R., & Sauw, O. (2022). *YUME : Journal of Management Promosi Cashback , Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Pelayanan E-Commerce ( Studi Kasus Pelanggan Tokopedia )*. 6(1), 251–259. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.446>
- Nora, S., & Fisichella, F. (2023). *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi ( RITMIK ) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan*. 5(1), 15–25.
- Ontarina, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Kartu Seluler Smartfren Di Universitas Wijaya Putra Surabaya. *Jurnal Mitra Manajemen*, 6(7), 397–407.
- Rahellea, S. L., Rianto, M. R., Bhayangkara, U., & Selatan, J. (2023). *Literatur*

*Review: Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Loyalitas terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Nako ( Literature Review: The Influence of Product Quality , Price and Loyalty on Consumer Satisfaction of Nako Coffee ). 4(1), 63–73.*

Rahmadani, F. C., Hendrarini, H., & Amir, I. T. (2022). the Impact of Decoy Effect on Consumer Purchase Decisions At Starbucks Tunjungan Plaza 6 Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 9, 527–536.

Ridha Maisaroh, & Maulida Nurhidayati. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(2), 197–216. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i2.282>

Triadi S, Rahayu Y, & Kusnanto D. (2021). Pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian handphone. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 257–263.

Tulangow, S. G. (2019). No Title. *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado.*

Waha, K., Kindangen, P., & Wenas, R. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, INOVASI PRODUK, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA STARBUCKS DRIVE THRU KAWASAN MEGAMAS MANADO. 11(1), 52–64.*

## SUMBER BUKU

Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*. PT. Rineka Cipta.

Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian* (p. 109). Rineka Cipta.

Asria, N. (2010). *Analisis Pengolahan Kerupuk Ubi di Kota Sawahlunto* (p. 123).

Fakultas Pertanian Universitas Andalas.

Assauri, S. (n.d.). *Manajemen Pemasaran* (p. 198). PT Raja Grafindo Persada.

Griffin. (2003). *loyalitas konsumen*.

Hair JR, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (Seventh Ed, p. 176).

Handayani, R. 202. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*.

Hisyam, M. (n.d.). *PEMBELIAN KONSUMEN PADA HYPERMART NAGOYA HILL*. 154–164.

Kotler dan Amstrong. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi ke-1, p. 6). Penerbit Erlangga.

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. In *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Rajawali.

Monks, dkk. (2006). *Psikologi Perkembangan*. In *Pengantar Dalam berbagai*.

Mowen, M. M. (2002). *Perilaku Konsumen*. In *Perilaku Konsumen (Jilid 1)* (Edisi Keli). Erlangga.

<https://doi.org/10.52160/ejmm.v6i7.625>

- Panday. (2019). *Metodologi Penelitian Teori dan Aplikasi Menggunakan Multivariat*.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (EDISI 12, p. 225). Erlangga.
- Philips Kotler & Armstrong. (2008a). *manajemen pemasaran*.
- Philips Kotler & Armstrong. (2008b). *No Title*.
- Sekaran, U. dan R. B. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis. In *Bandung Conference Series: Public Relations* (Edisi 6, p. 109). salemba.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (p. 33). Pustaka Baru Press.
- Tjiptono. (2002). Indikator Loyalitas Pelanggan. *Indikator Loyalitas Pelanggan*.
- Wardhana, et al. (2022). *loyalitas pelanggan*.
- Warshawsky, M., & Paul, F. W. (2019). the Independent Variable! *Simulation*, 16(1), 45–46. <https://doi.org/10.1177/003754977101600108>
- Wilianti. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(2004), 6–25.



## **SUMBER LAINNYA**

Data *International Coffee Organization* (ICO). [Konsumsi Kopi Indonesia Terbesar Kelima di Dunia pada 2021 \(dataindonesia.id\)](#).

Pinterest : Gambar suasana toko Starbucks

Starbucks Corporation, Grafik : Databoks 2021

Shopee food 2023

Starbucks.Com 2019

Starbucks.co.id 2022

Starbucksathome.com

