

Daftar Pustaka

- Agustini, N. P. E., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Starbucks Di Bali. *Buletin Studi Ekonomi*. Vol, 25(1).
- Alma, Buchari. (2020). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Asiati, D. I., dkk. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang : NoerFikri Offset.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Budiyanto, A. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Gerai Kopi Starbucks Di Senayan City. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(2), 121-140.
- Diana, A., & Yusuf, S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir). *SI Manajemen*, 1-20.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Jawa Timur: Deepublish Publisher.
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kenneth dan Donald (2018). *Integrated advertising, promotion, and marketing communication*. United kingdom: pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane.(2018). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Edisi 13.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2017). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salamba Empat.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)*. Bandung: Alfabeta.
- Novidiantoko. (2018). *Metode Dalam Pengambilan Keputusan*, Yogyakarta : Deep Publisher.
- Priansa, J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta
- Rozjiqin, M. F., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(1), 60-77.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2020). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus). Cetakan Ke-3*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Tanjaya, R. (2021). Pengaruh Kualitas pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Cabang Kelapa Gading, Jakarta Utara/Reynaldi Tanjaya/28170019/Pembimbing: Tumpal JR Sitingjak.
- Tjiptono Fandy (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. (2019). *Pemasaran Strategik*. Edisi ke-5. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).