

DAFTAR PUSTAKA

Ahfa, H. N., Hasyim, F., & Setiawan, A. (2022). Influence of Green Marketing, Product Hygiene, and Brand Identity on Repurchase Intention Starbucks in Semarang City. *Admisi Dan Bisnis*, 23, 71–86.

Alamsyah, A., Widiyanesti, S., Wulansari, P., Nurhazizah, E., Dewi, A. S., Rahadian, D., Ramadhani, D. P., Hakim, M. N., & Tyasamesi, P. (2023). Blockchain traceability model in the coffee industry. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100008>

Alwaleed, N., Huwail, N. H. Al, Singh, S., & Almejhem, A. (2019). A Case Study on STARBUCKS. *Journal of The Community Development in Asia (JCDA)*, Vol 2, No, 1–8.

Anshori, F. I., Ekawaty, N., & Cahyani, J. D. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk J.CO Donuts & Coffee di Resinda Park Mall Karawang pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, EKonomi, Dan AKuntansi)*, 5(2), 2024–2045.

Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI). (2022). *No Title*. <https://www.aeki-aiice.org/industri-kopi/>

Batara, A. M. A., & Oktafani, F. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI PAJERO SPORT (Studi di Kota Makassar Tahun 2017) EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION TO DECISION PURCHASE CAR MITSUBISHI PAJERO SPORT (Study in Makassar City 2017)*. 5(1), 1086–1093.

Dahana, G. (n.d.). *Mengenal Kopi Sebagai Produk UMKM andalan di daerah wilayah kerja KPKNL Lahat*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-lahat/baca-artikel/15464/Mengenal-Kopi-Sebagai-Produk-UMKM-andalan-di-daerah-wilayah-kerja-KPKNL-Lahat.html>

Fahreza, S. A., & Sugiati, M. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Teh Botol Sosro Sanny. *EProceedings of Management*, 9(4), 1857.

Gandhy, A., & Hairuddin, J. A. (2018). Analysis of Promotion and Product Differentiation of Jukajo on Consumer Purchase Decision. *Binus Business Review*, 9(1), 9. <https://doi.org/10.21512/bbr.v9i1.3901>

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS 21 update PLS Regresi* (7th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt*, 13(1), 188–204.
- Huzaymah, D. A. H., & Zulfebriges. (2020). Prosiding Manajemen Komunikasi Pengaruh Promosi Tumbler Day pada Official Account LINE terhadap Keputusan Pembelian STARBUCKS. *Pengaruh Promosi Tumbler Day Pada Official Account LINE Terhadap Keputusan Pembelian STARBUCKS*, 6, 44–47.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Refika Aditama.
- Kawengian, H., Lumanauw, B., Woran, D., Diferensiasi, P., Dan, P., Terhadap, P., Kawengian, H., Lumanauw, B., & Woran, D. (2022). PEMBELIAN DI RUMAH KOPI SINGGAH SAYANG TOMOHON THE EFFECT OF PRODUCT DIFFERENCE AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS AT *Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 Oktober 2022 , Hal . 849-857. 10(4), 849–857.*
- Keuangan Konsolidasian, L. (2020). *Tidak Diaudit)/ AS OF JUNE 30, 2020 (Unaudited) AND DECEMBER 31, 2019 (Audited) AND FOR SIX MONTH PERIODS ENDED.*
- Komparasi Brand Index*. (n.d.). www.TopBrand-Award.Com. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=549&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Dunkin%20Donuts
- Kompas.com. (2022). *Starbucks Resmi Punya 500 Gerai di Indonesia*. <https://www.kompas.com/properti/read/2022/08/29/143000821/starbucks-resmi-punya-500-gerai-di-indonesia>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (2nd ed.). ERLANGGA.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 J). PT. Indeks.
- Kotler, P., Molan, B., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*.

- Kumparan.com. (2018). *Pengguna LINE di Indonesia Capai 90 Juta, Didominasi Anak Muda*. <https://kumparan.com/kumparantech/pengguna-line-di-indonesia-capai-90-juta-didominasi-anak-muda>
- Limakrisna, N., & Julius, Y. (2016). *Manajemen pemasaran (model kepuasan dan loyalitas pelanggan)* (Cetakan pe). Deepublish.
- Mahdi, M. I. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Malau, H. (2017). *Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (Cet. 1). Alfabeta.
- Malisan, M. G. P. (2021). Trend Ngopi Sebagai Gaya Hidup Baru Di Kalangan Kaum Muda Di Coffee Shop Aksara Kopi Dan Buku Samarinda. *EJournal Sosiatri-Sosiologi*, 2021(2), 122–136.
- Mileva, L. (2018). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2019). Pengaruh advertising, sales promotion, dan personal selling terhadap keputusan pembelian konsumen Wenak Tok. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok*, 9–25.
- No Title. (n.d.). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>
- Prasetio, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, M. R. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1195–1200. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.6.014>
- PT Mitra Adiperkasa Tbk. (2020). *KINERJA KEUANGAN KUARTAL KE-DUA MAP TERDAMPAK PANDEMI*. <https://www.map.co.id/kinerja-keuangan-kuartal-ke-dua-map-terdampak-pandemi/>
- Purbohastuti, A. W. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Purwanto, H. (2021). *Media Sosial: Bebas Awas Keablasan*. Media Karya.

- Rizaty, M. A. (2021). *No Title*. Databoks. [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/starbucks-miliki-328-ribu-gerai-resmi-di-seluruh-dunia-terbanyak-di-as#:~:text=Starbucks menjadi perusahaan minuman kopi,Serikat negara total 6.451 gerai.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/starbucks-miliki-328-ribu-gerai-resmi-di-seluruh-dunia-terbanyak-di-as#:~:text=Starbucks%20menjadi%20perusahaan%20minuman%20kopi,Serikat%20negara%20total%206.451%20gerai.)
- Sahetapy, J. P. (2013). Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. *Emba*, 1(3), 411–420.
- Soeswoyo, D. M., & Tumbelaka, D. (2020). Dampak Promosi Digital Line Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dunkin Donuts. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(1). <https://doi.org/10.30813/fame.v3i1.2162>
- Starbucks.com. (n.d.). *No Title*. <https://www.starbucks.co.id/about-us/company-information/mission-statement>
- Sugiat, M., Primiana, I., Kaltum, U., & Herwany, A. (2020). Innovative marketing of emerging moslem fashion in the province of west Java Indonesia. *Journal of Sustainability Science and Management*, 15(5), 165–173. <https://doi.org/10.46754/JSSM.2020.07.014>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (Edisi 1). ANDI.
- Toffin Indonesia. (2020). *Toffin Indonesia Merilis Riset “2020 Brewing in Indonesia.”* <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riset-2020-brewing-in-indonesia/>
- Zakiyyah, H., & Suyanto, S. (2021). Prediction of Covid-19 Infection in Indonesia Using Machine Learning Methods. *Journal of Physics: Conference Series*, 1844(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1844/1/012002>