

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). Manajemen Pemasaran & Manajemen Pemasaran Jasa. *Penerbit Alfabeta, 1*(1).
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2022). *Marketing : An Introduction*.
- Assauri, S. (2018). Manajemen Bisnis Pemasaran. In *Pt Raja Grafindo Persada*.
- Astuti, M. (2020). Manajemen Pemasaran Umkm Dan Digital Sosial Media. In *Grub Penerbitan Cv Budi Utama*.
- Brunet, J., Colbert, F., Laporte Renaud Legoux, S., & Lussier, B. (2018). *Marketing Management*.
- Christian, M., Dan, W., & Santoso, T. (2021). *Pengaruh Persepsi Fasilitas Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Produk Starbucks Di Surabaya Dalam Tatanan New Normal Selama Masa Pandemi Covid-19* (Vol. 9, Issue 2).
- Desy, D., & Kustianti, N. (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kartu Seluler Telkomsel*. 7(1), 83–92.
- Donnauly Samosir, M., & Santoso, A. B. (2022). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Produk Kopi Starbucks Di Kota Semarang. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 5(2), 189–200. <https://doi.org/10.37531/Sejaman.V5i2.2099>
- Eva, E., & Widya, R. (2021). *Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Masuk Calon Mahasiswa Baru Di Institut Shanti Bhuana*. <https://journal.unimma.ac.id>
- Fandy Tjiptono, & Anastasia Diana. (2020). *Pemasaran*.
- Fenny, K., Marpaung, M., Willy, A. S., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe* (Vol. 7, Issue 1). <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar Dan Konsep)* (Q. Media, Ed.). Qiara Media. <https://www.researchgate.net/publication/334057497>
- Gunawan, M., Tri Yusnita, R., Putri Lestari, S., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Perjuangan Tasikmalaya, U. (2022). Minat Beli Ulang Produk Starbucks Ditinjau Dari Cita Rasa Dan Persepsi Harga (Survei Pada Konsumen Starbucks Di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1).
- Hafidh Fauzi, D. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6). <https://doi.org/10.31933/jimt.V2i6.645>

- Hafni, D. R., Azzahra, A. A., & Rosdiani, K. (2020). *Pandangan Citra Brand Kopi Janji Jiwa Di Kalangan Mahasiswa*. 8(1), 12–21. <https://doi.org/10.30659/Jikm.8.1.12-21>
- Hafni Sahir, S. (2022). *Metodologi Penelitian*. www.penerbitbukumurah.com
- Iacobucci, D. (2017). *Marketing Management*.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity* (5th Ed.). Pearson.
- Kharissa Vikar, Heru Irianto, & Raden Kunto Adi. (2021). 58736-158533-1-Sm (1). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Surakarta*, 9, 52–64.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Global Edition (Vol. 15e). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556> *Marketing Management*. In *Global Edition* (Vol. 15e, Issue 4). <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&an=44033223&site=ehost-live>
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sheth, J. N., & Shainesh, G. (2022). *2022_Marketing Management (Kotler, Philip Keller Lane, Kevin N. Seth Etc.) (Z-Lib.Org)* (Pearson, Ed.; 16th Ed.).
- Ngatno. (2015). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran* (1st Ed.). Ef Press Digimedia.
- Parastuti, H. K., & Djatiprambudi, D. (2020). Analisis Semiotik Desain Logo Kedai Kopi Di Surabaya Selatan. In *Jurnal Barik* (Vol. 1, Issue 3). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jdkv/>
- Pratiwi, N., Widhiasti, M. R., & Artikel, S. (2022). *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial Tren Ngopi Di Jakarta: Analisis Rekomendasi Kedai Kopi Pada Akun Instagram*. 6, 218–231. <https://doi.org/10.22219/satwika.vi2.21740>
- Primadasari, A., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Forum Ekonomi*, 23(3), 413–420. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/forumekonomi>
- Putra, J. P., Janji, T., & Sitinjak, R. (2022a). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Starbucks Di Summarecon Mall Kelapa Gading 3. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Putra, J. P., Janji, T., & Sitinjak, R. (2022b). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Starbucks Di Summarecon Mall Kelapa Gading 3. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8).

- Rahma Santi, E., & Supriyanto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D'licious). *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 47–56. <https://Ppjp.Ulm.Ac.Id/Journal/Index.Php/Jsmk/Article/View/9025>
- Sani, P. D., Ustriyana, I. N. G., & Wijayanti, P. U. (2021). *Pengaruh Tingkat Produksi, Konsumsi, Dan Harga Kopi Terhadap Impor Kopi Di Indonesia*. 10, 375–383. <File:///C:/Users/Dippu/Downloads/75936-25-225313-1-10-20210721.Pdf>
- Sofiah Sari, P., Nyoman Rsi Respati, N., & Nyoman Kerti Yasa, N. (2023). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Pengaruh Experiential Marketing, Brand Image, Price Perception Terhadap Customer Satisfaction Pada Konsumen Starbucks Reserve Dewata*. <https://Ojs.Unud.Ac.Id/Index.Php/Eeb/Index>
- Sofya, D. N., & Purwanto, S. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang “Slai O’lai.” *Jmk (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(3), 28. <https://Doi.Org/10.32503/Jmk.V6i3.1871>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. In *Yogyakarta: Andi*.
- Zulkarnain, M., Latief, A., Prof, J., Thayeb, S., & Langsa, M. (2019). *Kualitas Produk, Servicescape Dan Word Of Mouth Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Ulang*.