

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D. K., Hi, S., Jannah, M., Pd, M., Aiman, U., Pd, S., Hasda, S., Pd, M., Fadilla, Z., Taqwin, N., Kep, S., Kes, M., & Saputra, N. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Adhar, A., Kurniawati, M., Salean, D. Y., & Fanggidae, R. P. C. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kopi Nj Di Kota Kupang). *Glory Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5(4), 745–754. <https://doi.org/10.35508/glory.v5i4.14363>
- Anggraini, D., & Suwangsih, I. (2025). Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale Di Surabaya. *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(3), 5281–5286. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2732>
- Aras, M., & Rahman, A. (2023). Strategic Analysis Of Green Marketing And Brand Image Towards Purchase Decision Consumer Coffee Shop During Pandemic Covid-19. *2023 11th International Conference On Cyber And It Service Management (Citsm)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/citsm60085.2023.10455432>
- Aritonang, R. S. R. (2025). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kopi Kenangan Cabang Sahid Sudirman Tahun 2022-2023*. 04(01).
- Ash-Shiddiqy, M. (2025). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 8(1).
- Aziza, A., & Handayani, T. (2024). *Pengaruh Kehalalan, Religiositas, Dan Harga Terhadap Pembelian Produk Kemitraan Ayam Cepat Saji*.
- Bitu Utami & Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Kopi Nako. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(4), 90–106. <https://doi.org/10.55606/mri.v2i4.3173>
- Bizsense. (2025). *Bisnis Coffee Shop Di Indonesia Tahun 2025 Peluang Tantangan Dan Masa Depan*. <https://bizsense.id/bisnis-coffee-shop-di-indonesia-tahun-2025-peluang-tantangan-dan-masa-depan>
- BPS. (2025). *Penduduk, Laju Pertumbuhan Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk Kepadatan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Dki Jakarta, 2025*. <https://jakarta.bps.go.id>
- Chaerunnisa, K. A., & Safria, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Point Coffee Di Kebon Besar Tangerang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal Of Economics, Management And Banking)*, 10(3), 249–264. <https://doi.org/10.35384/jemp.v10i3.650>

- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sorwin, S. A., & Nurhayati, Y. (2021). *Darwin Bukudigital-MetodePenelitianPendekatanKuantitatif*.
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2023). *Strategic Management: Concepts And Cases ; A Competitive Advantage Approach* (Seventeenth Edition, Global Edition). Pearson.
- Dwiputri, R., Isyanti, P., & Sumarni, N. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kofieboy. *Akademik: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 488–498. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.855>
- Enrico, E., Purba, J. T., Budiono, S., & Rajagukguk, W. (2021, Agustus 16). The Influence Of Services Cape, Discount, Brand Image And Service Quality On Purchase Decisions In Starbucks Tangerang, Indonesia. *Proceedings Of The International Conference On Industrial Engineering And Operations Management*. 1st Indian International Conference On Industrial Engineering And Operations Management, Bangalore, India. <https://doi.org/10.46254/in01.20210026>
- Faritzal, A., Sari, V. N., Lestri, C. S., Putri, A. G., & Raihan, B. (2021). *The Influenceof Price Product Quality And Brand Image On Purchase Decisions for Ultra UHT Milk Products During the Covid19 Pandemic in Indonesia*.
- FAS USDA. (2025). *Top Producing Countries 2025 Coffee Production*. <https://www.fas.usda.gov/data/production/commodity/0711100>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk Dan Merek Firmansyah*.
- Freesia, H. I. (2025). The Impact Of Brand Awareness And Trust On Purchase Decisions: A Case Study Of Aqua In Indonesia. *Journal Of Business, Management, And Social Studies*, 4(2), 78–88. <https://doi.org/10.53748/jbms.v4i2.96>
- Genuinely Ziggy. (2013). *Plakat Peresmian Gerai Pertama Starbucks Di Indonesia*. <https://ziggy1st.wordpress.com/2013/03/10/food-journey-starbucks-coffee/4/>
- Ghozali, H. I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Dr. Karlina Aprilia Kusumadewi, M.Sc.*
- Goodstats. (2024). *Kopi Jadi Bagian Dari Kehidupan Masyarakat Indonesia*. <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-kopi-jadi-bagian-dari-kehidupan-masyarakat-indonesia-d5ibt>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Eighth Edition). Cengage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R: A Workbook*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hamad, H. K. (2024). *Balancing Consistency And Personalization In Hospitality*.

Tammy Jovanka Chandraguna Gili, 2025

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS INDONESIA**

UPN “Veteran” Jakarta, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, S1 Manajemen  
[\[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id\]](http://www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id)

- Hasniaty, H., Hendrayani, E., Wairisal, P., & Rachmawati, A. (2023). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Internet Of Things)*.
- Hops Id. (2023). *Terungkap Alasan Starbucks Tulis Nama Pelanggan Di Cup Minuman Hingga Diikuti Coffee Shop Lainnya*. <https://www.hops.id/unik/29410492084/terungkap-alasan-starbucks-tulis-nama-pelanggan-di-cup-minuman-hingga-diikuti-coffee-shop-lainnya>
- Hoyer, W. D., Macinnis, D. J., & Pieters, R. (2018). *Consumer Behavior* (Seventh Edition). Cengage Learning.
- Hurdawaty, R., & Madaniyah, U. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Domino's Pizza Lippo Karawaci Utara. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 66–79. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.105>
- Idn Financials. (2025). *Efek Boikot Masih Terasa Map Group Sasar Laba Tumbuh Low Single Digit*. <https://www.idnfinancials.com/id/news/55541/efek-boikot-masih-terasa-map-group-sasar-laba-tumbuh-low-single-digit>
- Indrasari, Dr. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*.
- Indriyani, N. A., Savitri, C., & Pratiwi, W. (2022). *The Effect Of Brand Image And Brand Trust On The Purchase Decision Of Coffee Of Promise Of Souls On Management Students Of Ubp Karawang*. 11(01).
- Irwansyah, R., Listya, K., & Setiorini, A. (2021). *Perilaku Konsumen Cetak*.
- Jiwa Group. (2024). *Janji Jiwa Raih Penghargaan Sebagai The Brand Of The Year Dua Tahun Berturut-Turut*. <https://jiwagroup.com/id/whaton/detail/75/janjijiwairaihpenghargaansebagaithethebrandoftheyearduatahunberturuturut>
- Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2024). *Principles And Practice Of Marketing* (Tenth Edition). Mcgraw-Hill.
- Julianto, R., & Indayani, L. (2022). The Influence Of Brand Trust, Brand Affect, Service Quality On Purchase Decisions At Rooster Coffee Sidoarjo. *Indonesian Journal Of Law And Economics Review*, 16. <https://doi.org/10.21070/ijler.v16i0.795>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity* (Fifth Edition, Global Edition). Pearson Education Limited.
- Kim, C., Kim, W., & Nakami, S. (2022). Do Online Sales Channels Save Brands Of Global Companies From Consumer Boycotts? A Geographical Analysis. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 68, 103069. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103069>
- Kompas. (2023). *Starbucks Klarifikasi Rumor Alirkan Duit Keuntungannya Ke Israel*. <https://money.kompas.com/read/2023/11/16/202608026/starbucks-klarifikasi-rumor-alirkan-duit-keuntungannya-ke-israel?page=all>

- Kompas. (2024). *Persaingan Jaringan Cafe Kopi Lokal Dan Internasional Makin Ketat*. <https://www.kompas.id/artikel/persaingan-jaringan-cafe-kopi-lokal-dan-internasional-makin-ketat>
- Kompas. (2025). *Jakarta Coffee Week 2025 Dan Tren Pasar Kedai Kopi Indonesia*. <https://www.kompas.id/artikel/jakarta-coffee-week-2025-dan-tren-pasar-kedai-kopi-indonesia>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles Of Marketing* (18e [Edition]. Eighteenth Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (Sixteenth Edition, Global Edition). Pearson.
- Kusumaradya, N., Wagiman, & Purwadi, D. (2021). Service Quality And Brand Image Influence On The Purchase Decision Of Coffee Shop Products In Yogyakarta. *IOP Conference Series: Earth And Environmental Science*, 828(1), 012060. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/828/1/012060>
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & Mcdaniel, C. D. (2021). *Mktg13: Principles Of Marketing* (Sudent Edition). Cengage.
- Larosa, S., & Paludi, S. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Flash Coffee Indonesia*. 7(1).
- Mapb. (2025). *Laporan Keuangan Mapb 1h2025 Tidak Diaudit*. <https://www.mbai.co.id/laporan-keuangan-mapb-1h2025-tidak-diaudit/>
- Mapid. (2023). *[Geodata] Status Ekonomi Dan Sosial (Ses) Indonesia*. [https://mapid.co.id/blog/\[geodata\]-status-ekonomi-dan-sosial-\(ses\)-indonesia](https://mapid.co.id/blog/[geodata]-status-ekonomi-dan-sosial-(ses)-indonesia)
- Maribert, S., Handayani, E. N., & Quintania, M. (2025). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Le Minerale (Studi Kasus Pada Masyarakat Jakarta Timur). *Jurnal Manajemen*.
- Megasari Manik, C., & 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. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.134>
- Melo, R., Tamengkel, L. F., & Asaloei, S. I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Babang Redo Coffee. *Productivity*, 5(2), 854–858. <https://doi.org/10.35797/ejp.v5i1.54688>
- Momentum Works. (2023). *Coffee Market In Southeast Asia: Modern Retail Trends*. <https://studylib.net/doc/27178883/coffee-in-southeast-asia-mw-nov-2023-nthpxv>
- Nababan, R. T., Rahmah, D. D. N., & Rahman, N. N. (2025). *Store Atmosphere And Price On Purchase Decisions (Study Of Kopi Ruang Hati Consumers In Sangatta City)*. 9.

Tammy Jovanka Chandraguna Gili, 2025

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS INDONESIA**

UPN “Veteran” Jakarta, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Nasution, H. H. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Media Sosial Instagram, Citra Merek, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hito Coffee Bekasi. *Accounting Review*, 1(1).
- Natasha, C., & Subakti, A. G. (2021). The Effect Of Pricing On Purchase Decisions In Koultoura Coffee. *Iop Conference Series: Earth And Environmental Science*, 729(1), 012062. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/729/1/012062>
- Nisa, K. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjungduren Jakarta)*.
- Novitasari Albar, D., & Setyo Iriani, S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Domino's Pizza Deltasari Sidoarjo). *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 717–736. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.86>
- Nurrachmi, I., & Setiawan, S. (2020). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Halal. *Iqtishadia Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(2), 126–137. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v7i2.3521>
- Paujiah, N., & Sukardi, S. (2024). The Influence Of Price And Service Quality On Purchasing Decisions For Cafe Goela Gelato In Pontianak City. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(3). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i3.6031>
- Pilipus, R. R., Aransyah, M. F., & Bharata, W. (2021). *Pengaruh Wom (Word Of Mouth), Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum Thai Drinks Samarinda*. 4(1).
- Pramezwarly, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021a). Brand Trust Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 24–31. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9376>
- Pramezwarly, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021b). Brand Trust Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 24–31. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9376>
- Putri, T. A., & Huda, N. (2025). Peran Price, Brand Trust Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Pada Kopi Good Day Di Kabupaten Jepara. *Journal Of Management And Digital Business*, 5(3), 727–743. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v5i3.1881>
- Rosalina, S. S. (2018). Strategi Penentuan Lokasi Global Perusahaan (Studi Kasus Di Starbucks Jakarta). *Bisma*, 12(2), 233. <https://doi.org/10.19184/bisma.v12i2.7893>

- Sabrina, H., Oetarjo, M., & Kusuma, K. A. (2025). *Pengaruh Brand Awareness, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks*. 9(1).
- Salsabilla, F., & Iqbal Fasa, M. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*.
- Saputra, B. A., & Arifiansyah, R. (2024). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Nusa*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (Twelfth Edition). Pearson.
- Selvi, S., & Ningrum, L. (2020). Gaya Hidup Minum Kopi Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus Pada Kopi Kenangan Gandaria City - Jakarta). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(01), 23–30. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v14i01.15>
- Sihotang, G. Y. B. (2024). *Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Starbucks Di Kota Malang*.
- Sinaga, R., Mayzura, T., Manalu, P., Putri, M., Aulia, S., Dohel, J., Ramadhani, L., Silaban, R., & Salqaura, A. (2024). *Apakah Hadiah, Citra Merek, Kesadaran Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Indonesia? (Studi Kasus Pada Gerai Es Teh Indonesia Di Kota Medan)*. 01(02).
- Singh, J., & Shukla, P. (2024). *Brand Management*.
- Snapchart. (2023). *Indonesias Coffee Consumption Trends In 2023*. <https://snapcart.global/indonesias-coffee-consumption-trends-in-2023/>
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, And Being* (Thirteen Edition). Pearson.
- Starbucks Indonesia. (2025a). *Logo Starbucks*. <https://www.starbucks.co.id/image/logo.png>
- Starbucks Indonesia. (2025b). *Our Heritage Starbucks In Indonesia*. <https://www.starbucks.co.id/about-us/our-heritage/starbucks-in-indonesia>
- Sugiyono, D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Suhud, U., Puter, C. D., & Wibowo, S. F. (2021). Measuring Brand Loyalty Of Coffee Shop Visitors In Jakarta. *Asean Marketing Journal*, 1.
- Tempo. (2025a). *Ekonomi Pengelola Starbucks Di Indonesia Rugi Rp108 Miliar 2087340*. <https://www.tempo.co/ekonomi/pengelola-starbucks-di-indonesia-rugi-rp-108-miliar-2087340>
- Tempo. (2025b). *Starbucks Tutup Puluhan Gerai Pada Kuartal I Imbas Gerakan Boikot*. <https://www.tempo.co/ekonomi/starbucks-tutup-puluhan-gerai-pada-kuartal-i-imbis-gerakan-boikot-1895348>

- Tofiani, S., Ingkadijaya, R., Rahmanita, M., & Fadjar Budiman, S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Strategi Pemasaran Digital Terhadap Perubahan Perilaku Dan Keputusan Pembelian Pada Gerai Kopi Kekinian Bagi Generasi Digital. *Ranah Research : Journal Of Multidisciplinary Research And Development*, 7(6).
- Top Brand Award. (2025). *Komparasi Brand Bandingkan Award Kategori Retail Subkategori Cafe Kopi*. [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=6&id\\_subkategori=554](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=554)
- Tritama, A., & Pusporini, P. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pull&Bear Di Grand Indonesia, Jakarta*. <https://repository.upnvj.ac.id/9590/>
- Vinka Alifah Ardiati & Imam Nuryanto. (2024). Pengaruh Brand Trust, Word Of Mouth Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Pristine Di Kota Semarang. *Moneter : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 2(2), 294–303. <https://doi.org/10.61132/moneter.v2i2.495>
- Wiramawan, T. H., & Triwardhani, D. (2023a). Pengaruh Price, Promotion, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Aplikasi Konsumen Mcdonald's Di Jakarta). *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 6(2), 242–252. <https://doi.org/10.57093/metansi.v6i2.202>
- Wiramawan, T. H., & Triwardhani, D. (2023b). Pengaruh Price, Promotion, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Aplikasi Konsumen Mcdonald's Di Jakarta). *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 6(2), 242–252. <https://doi.org/10.57093/metansi.v6i2.202>
- Zahro, F., Ruspitasari, W., & Handoko, Y. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, Variasi Produk Dan Promosi Whatsapp Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Twenty-Two Buduran Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10.32815/jiram.v2i1.44>