



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin, B. (2013). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,
- Dainton, M., & Elaine, D. (2011). *Applying Communication Theory for Professional Life: a Pratical Introduction*. Oaks : SAGE Publications
- Dharmmesta, B & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen: Jilid 2*. Jakarta: PT. Binarupa Aksara
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. Global Edition. New Jersey: Pearson Prantice Hall.
- Littlejohn, S.W. (2014). *Teori Komunikasi edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Severin, W.J., & Tankard, J.W. (2014). *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, & Terpaan di dalam Media Massa edisi 5*. Jakarta: Kecana Prenada Media Grup
- Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rusdakarya
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Prenadamedia Group.

Jurnal:

- Belisa, N (2018). Pengaruh Sales Promotion Voucher Diskon Melalui Media Sosial Instagram @Brosisdeal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Merchant Lokal Pekanbaru, 5. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Retrieved April 8, 2020 from <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/17186>
- Melati, I (2012). Pengaruh Display Produk Pada Keputusan Pembelian Konsumen. Vol 3 No. 2. Retrieved July 5 2020 from <https://journal.binus.ac.id/index.php/BBR/article/view/1270/1138>
- Momani, R.A (2015). The Impact of Brand Dimension on the Purchasing Decision Making of the Jordanian Consumer for Shopping Goods, Volume 6,7.

Sutanto, M. & Haryadi, B (2015). "Implementasi In-Store Promotion dalam Meningkatkan Store Financial Performance pada CV Gaya Sepeda Indonesia". Vol. 3 No. 1. Retrieved July 6 2020 from <https://media.neliti.com/media/publications/36286-ID-implementasi-in-store-promotion-dalam-meningkatkan-store-financial-performance-p.pdf>

Wijaya, B.S (2014) . "The Development of Hierarchy of Effect Model in Advertising". *Journal of Advertising*. Vol 5 No.1. Retrieved Mei 5 2020 from www.nielsen.com/id/en/pressroom/2014/konsumen-indonesia-mulaimenyukai-belanja-online.html.

Skripsi:

Fitriani, R. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Let's Go Gelato Bandung. Bandung: Universitas Telkom.

Lautianien, T. (2015). Factors Affecting Consumers' Buying Decision in The Selection of a Coffee Brand. Lapeenranta: Saimaa University of Applied Sciences

Sumber Internet:

Andiny, W. (2020). "Melihat ambisi Starbucks Hadapi Gempuran Bisnis Kopi Lokal. Diakses pada 30 Mei 2019, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200221161050-97-476870/melihat-ambisi-starbucks-hadapi-gempuran-bisnis-kopi-lokal>

Annisa, S. (2019). "Begini Prospek Bisnis Pengolahan Kopi di Tanah Air". Diakses pada 3 Februari 2020, dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190128/257/883280/begini-prospek-bisnis-pengolahan-kopi-di-tanah-air>

Burhan, F. (2020). "Pengguna Whatsapp dan Instagram Melonjak 40% selama pandemic Corona". Diakses pada 27 Juni 2020 dari <https://katadata.co.id/berita/2020/03/27/penggunaan-whatsapp-dan-instagram-melonjak-40-selama-pandemi-corona>

Line Business. (2018). "Saat Kopi Menjadi Gaya Hidup". Diakses pada 3 Februari 2020, dari <https://www.linebiz.com/id/case-study/starbucks-indonesia/>

Kurniawan, D. (2019). "Kedai Kopi di Indonesia Mencapai 3000 Gerai". Diakses pada 29 Juni 2020, dari <https://voi.id/berita/925/kedai-kopi-di-indonesia-hampir-mencapai-3-000-gerai>

Website:

www.starbucks.co.id