

## DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Arif Rivian, 2020, Analisis Pengaruh Social Media Marketing dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffee Bandar Lampung, Skripsi, *Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya*
- Ernanda, Dimas, 2017, Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 10.
- Ghozali, Imam, 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gunelius, Susan, 2011, *30 Minute Social Media Marketing*, McGraw Hill, United States.
- Hariyanto, Slamet dan Nur Farida, 2020, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Veranda Pasta House & Cafe Gresik, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen "Gema Ekonomi"*, Vol. 9, No. 1, 10-18.
- Kotler dan Keller, 2016, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 15, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2016, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Mileva, Lubiana dan Achmad Fauzi DH, 2018, Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 58, No. 1.
- Peter, J. Paul dan Jerry J. Olson, 2010, *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, Edisi ke-9, Jilid 1, Salemba Empat, Jakarta.
- Rumondor, Priskyla Wenda, Altje L. Tumbel dan Imelda W. J. Ogi, 2017, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Kopi dan Mie Toronata di Kawangkoan, *Jurnal EMBA*, Vol. 5, No. 2, 1102-1112.
- Sandala, Dicky, James D.D Massie dan Willem J.F.A Tumbuan, 2019, Pengaruh Viral Marketing, Food Quality dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mom Milk Manado, *Jurnal EMBA*, Vol. 7, No. 3.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, 2017, *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Salemba Empat, Jakarta.
- Simanjourang, Elida Florentina S., 2020, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Pada Warkop On Mada

- Rantauprapat, *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)*, Vol. 1, No. 1.
- Siregar, Boyke, 2020, Harapan Ekonomi RI, Pertumbuhan Industri Makanan-Minuman Diprediksi Tumbuh Tinggi di <https://wartaekonomi.co.id> (di akses 12 November).
- Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2019, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*, Alfabeta, Bandung.
- Suryadi, Dede, 2019, Dessert Mantap Najla Bisyr di <https://swa.co.id> (di akses 9 November).
- Wijaya, Yana Gabriella, 2020, 12 Produk Makanan yang Jadi Tren pada Masa Pandemi, Ide Jualan Online di [www.kompas.com](http://www.kompas.com) (di akses 12 November)
- Syamsurizal, dan Sri Ernawati, 2020, Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Kota Bima, *Jurnal Brand*, Vol. 2, No. 2.
- Tjiptono, Fandy, 2011, *Manajemen & Strategi Merek*, ANDI, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2012, *Pemasaran Strategik*, Edisi ke-3, ANDI, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2016, *Service, Quality and Satisfaction*, ANDI, Yogyakarta
- Upadana, Made Wahyu K. dan Komang Agus Satria Pramudana, 2020, Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian, *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 5, 1921-1941.
- Wahyuni, Sri, 2019, The Influence of Product Innovation, Brand Image, and Physical Evidence to Purchase Decision and WOM of Starbucks in Jakarta, *Middle East J. Management*, Vol. 6, No. 2.
- Yastin, Ulfa dan Sinthon L Siahaan, 2019, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Haagen-Dazs Kota Kasablanka Jakarta, *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, Edisi 26, Vol. 14, No. 1.
- Yulianti, Ni Made D. R., 2020, Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5, No. 1.