



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Cooper, D. R., & Schindler, P. R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis, Edisi Ke 2*. Jakarta: Penerbit Salemba 4.

Firmansyah, Anang. (2018), *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: Penerbit Deepublish (Grup Penerbit CV Budi Utama).

Ghozali, M. (2018, Edisi Sembilan). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunelius, S. (2011). *30-MINUTE SOCIAL MEDIA MARKETING*. Mc Graw Hill.

Hair, Jr., J. F., Black, C. W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis, Eighth Edition*. Annabel Ainscow.

Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2018. "Principles of Marketing." P. 244 in *Principles of Marketing*, edited by S. J. D. L. N. Rakshit. Harlow: Pearson.

Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2021. *PRINCIPLES OF MARKETING EIGHTEENTH EDITION*. Global Edi. Harlow: Pearson Education.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. "Marketing Management." P. 422 in *Marketing Management*, edited by S. W. M. Gaffney and Elisa Adams. Essex: Pearson.

Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran, Edisi ke 1*. Alfabeta.

Sekaran, Uma, & Bougie, R. (2017b). *Metode Penelitian untuk Bisnis, Edisi 6*. Penerbit Salemba Empat.

Jurnal:

Bagas Aji Pamungkas, Siti Zuhroh (2017). "Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian." *Komunikasi*, Vol. X No. 02, September 2016: 145-160

Veren, Ida Ayu Kalpikawati (2020). "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di Starbucks Kuta Bali". *Jurnal Gastronomi Indonesia* Vol. 8. No. 2

Amelda Pramezwary, Juliana Juliana, Jennifer Winata, Roselynn Tanesha, Tiffanysius Armando(2021). "Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19". *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen*, Volume 19 No. 1 Maret 2021

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau menulis ulang tanpa mengutip sumber. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Website:

Bagus Ramadhan(2020), Data Pengguna Internet di Seluruh Dunia Tahun 2020.
<https://teknoloia.com/data-pengguna-internet-dunia-ac03abc7476>

Me Ivan Mahdi(2022), Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191 Juta pada 2022.
<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Peter Bondarenko, Mellisa Petruzzello(2023), Starbucks.
<https://www.britannica.com/topic/Starbucks>

Starbucks Indonesia (2023), <https://www.starbucks.co.id/about-us/our-heritage/starbucks-in-indonesia>

1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.