

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, F., & Indrayani, L. (2024). Catalysts of Customer Satisfaction: A Quantitative Analysis of Brand Image, Service Quality, and Store Atmosphere. *Academia Open*, 9(2), 10–21070.
- Asyhari, M. D., & Dermawan, R. (2024). The Influence of Experiential Marketing and Emotional Marketing on Customer Loyalty at Starbucks Jemursari. *International Journal of Economics (IJEK)*, 3(1), 251–259.
- Bachtiar, F., Sanjaya, R., & Purwanto, L. M. F. (n.d.). TRANSFORMASI TIPOLOGI RUANG KETIGA KARENA PENGARUH PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 6(2), 311–324.
- BB, F. A., & Vitaharsa, L. I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Restaurant Pandawa di Hotel Darmawan Park Sentul. *Tamilis Synex: Multidimensional Collaboration*, 2(01), 190–205.
- Chuang, H.-J. (2019). Starbucks in the World. *HOLISTICA—Journal of Business and Public Administration*, 10(3), 99–110.
- Damajani, R. R. D. (2008). Vernakularisme, Informalitas, dan Urbanisme: Café sebagai Ekspresi Gaya Hidup Kontemporer. *Journal of Visual Art and Design*, 2(2), 141–158.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593.
- Douglas, M., Wilk, R., & Isherwood, B. (2021). *The world of goods*. Routledge.
- Friedman, M. (1999). The Overspent American: Upscaling, Downshifting, and the New Consumer. *The Journal of Socio-Economics*, 28(2), 200–203.
- Gaby, B. R., Hasbi, H., Sufri, M., & Alamsyah, A. (2021). Analisis Dan Perbandingan Sektor Unggulan Di Kota Makassar Dan Kota Parepare Dan Perannya Dalam Menunjang Perekonomian Pada Provinsi Sulawesi Selatan. *Economos: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(3), 192–202.
- Gemina, D., Agustin, M. M., & Samsuri, S. (2024). KEPUASAN PELANGGAN MEMEDIASI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *JEMBA: JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 3(2), 127–148.
- Giddens, A. (2023). Modernity and self-identity. In *Social Theory Re-Wired* (pp. 477–484). Routledge.
- Giofani, S. M., Suhud, U., & Rahmi, R. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty pada Coffee Shop Lokal Berkonsep Industrial di Jakarta. *Action Research Literate*, 8(1), 92–100.
- Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). Kajian budaya minum kopi indonesia. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 13(2), 153–172.

- Gunawan, M., Yusnita, R. T., & Lestari, S. P. (2022). Minat Beli Ulang Produk Starbucks Ditinjau dari Cita Rasa dan Persepsi Harga: Survei pada Konsumen Starbucks di Kota Tasikmalaya. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 204–207.
- Gusnadi, F., Efendi, M., & Apriyana, N. (2024). ANALISIS BRAND HATE TERHADAP BRAND AVOIDANCE PADA MEREK STARBUCKS KONTEKS ISSUE ISRAEL-PALESTINA. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (Online)*, 5(1), 265–277.
- Haryono, A. A., & Siahaan, S. L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Paris Baguette. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(2), 466–478.
- Hermawan, M. D. R., Arisman, A., & Pauzy, D. M. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Showroom Mobil Surya Medal Group di Kabupaten Tasikmalaya. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(4), 72–78.
- Hill, C. (2008). International business: Competing in the global market place. *Strategic Direction*, 24(9).
- Kartika, M., Suryasuciramdhan, A., Zulfikar, M., Manalu, M. R., & Fitriani, M. (2024). MANAJEMEN KRISIS MCD INDONESIA (STUDI KASUS BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL). *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 7(1), 51–57.
- Manik, C. M., & 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.
- Massie, F. J., Soepeno, D., & Kawet, R. C. (2024). Pengaruh Potongan Harga, Display Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Di Starbucks Coffee Cabang Transmart Kawanua Manado. *Indonesian Journal of Economics, Management and Accounting*, 1(3), 199–209.
- Muzakki, H. (2022). BUS (Bussines Unit Strategies) Di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 3(2), 293–312.
- Nainggolan, S., Fitri, Y., & Santika, S. (n.d.). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Kedai Xyz di Kota Jambi. *Fakultas Pertanian Universitas Jambi*.
- Nugroho, H. W., Harini, S., & Silaningsih, E. (2024). KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA CAFE GREENWHEELS COFFEE IDN). *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 18(1).
- Nurhasanah, S., & Dewi, C. (2019). Defining the Role of Multinational Corporations: Starbucks and Coffee Culture in Indonesia. *Jurnal Sentris*, 2(2), 63–77.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi brand equity: brand trust, brand image, perceived quality, & brand loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.

- Pitaloka, E. D., Sutejo, B., & Sumiyati, S. (2024). Pengaruh Store Atmosphere, Customer Value Terhadap Customer Satisfaction Dan Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Boston Café Semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 884–900.
- Prabowo, A. J., & Sitio, A. (2020). The Impact Of Brand Image, Sales Promotion, Service Quality Towards Customer Satisfaction And Its Implications On Customer Loyalty At X Department Store Kota Kasablanka Jakarta. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 2(2), 267–278.
- Pramasari, N. R., Wardhani, W., & Sujianto, A. E. (2024). Budaya Ngopi: Pola Konsumsi Konsumen Kafe, Kedai Kopi dan Warung Kopi di Kabupaten Tulungagung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4105–4113.
- Qur'ani, M. A., Saputro, A. H., & Herlinawati, E. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Pt Riscon Victory (Studi Kasus Pada Perumahan Grand Riscon Rancaekek). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(3), 1500–1511.
- Rahman, T., Susanti, R., Wulansari, N., & Azwar, H. (2024). Analisis Cita Rasa Kopi di Tilik Kopi Kota Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(3), 82–87.
- Ramadhana, A. W. S., Aulia, A. D., & Ulum, T. (2024). Keunggulan Komparatif Ekspor Kopi di Indonesia. *Journal of Economics, Business, Accounting and Management*, 2(1), 110–123.
- Rompas, P. T. B., Tumbuan, W. J. F. A., & Tielung, M. V. J. (2024). The Influence Of Store Atmosphere And Product Quality On Customer Satisfaction At Chamar Cafe Kawangkoan. *Indonesian Journal of Economics, Management and Accounting*, 1(3), 175–185.
- Rothenberg, L. E. (2003). Globalization 101: The Three Tensions of Globalization. Occasional Papers. *Issues in Global Education*, 176, 2002–2003.
- Ruslan, M. R., Yoesdiarti, A., & Miftah, H. (2020). Analisis preferensi konsumen terhadap kopi bogor di tiga kedai kopi bogor. *Jurnal Agribisains*, 6(2), 101–114.
- Sakti, F. K., & Friantin, S. H. E. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Hotel Atina Graha Kota Surakarta). *Servqual: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 45–53.
- Samsu, S. (2021). *Metode Penelitian: (Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*. Pusaka Jambi.
- Santika, A., & Aquina, A. (2024). Pengaruh Cafe Atmosphere, Kualitas Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Antara Coffee Semarang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 8–16.
- Saskia Aulia Putri, & Nur Isdah Idris. (2024). Fenomena Globalize the Intifada di Tengah Genosida Warga Palestina. *Jembatan Hukum : Kajian Ilmu Hukum, Sosial Dan Administrasi Negara*, 1(3), 90–100. <https://doi.org/10.62383/jembatan.v1i3.425>

- Simon, B. (2011). Not going to Starbucks: Boycotts and the out-scouring of politics in the branded world. *Journal of Consumer Culture*, 11(2), 145–167.
- Sormin, S. K., & Malik, F. D. M. (2024). Perilaku Konsumsi Terhadap Boikot Produk Pro Israel. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3114–3120.
- Sugandi, R., & Anggraini, R. (2024). Gerakan Sosial: Aksi Bela Palestina Boikot Produk Israel Di Kota Padang 2017-2023. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan*, 4(2), 1–17.
- Surya, E. P. A., & Syahti, M. N. (2024). Perlunya Komunikasi Dalam Tim Kerja Remote Working: Telaah Dimensi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 1(3), 428–432.
- Susilawati, A. T., Lestari, N. A., & Nina, P. A. (2024). Analisis Sentimen Publik Pada Twitter Terhadap Boikot Produk Israel Menggunakan Metode Naïve Bayes. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 26–35.
- Teddlie, C., & Tashakkori, A. (2011). Mixed methods research. *The Sage Handbook of Qualitative Research*, 4(1), 285–300.
- Widiyanti, D., & Harti, H. (2021). Pengaruh self-actualization dan gaya hidup hangout terhadap keputusan pembelian di kedai kopi kekinian pada generasi milenial Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 50–60.
- Yakin, A., Herlina, H., & Saputra, H. Y. (2023). EKSISTENSI KOPI LOKAL TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN CAFE TRADISIONAL DAN CAFE MODERN DI KOTA BANDUNG, JAWA BARAT DAN KOTA MATARAM, NTB. *Media Bina Ilmiah*, 17(8), 1855–1872.