

## DAFTAR PUSTAKA

- Afdholy, N. (2019). *Perilaku Konsumsi Masyarakat Urban Pada Produk Kopi Ala Starbucks*. *Jurnal Satwika*, 3(1), 43-53
- Amaly, Larissa dan Hudrasyah, Herry. (2012). *Measuring Effectiveness of Marketing Communication Using AISAS ARCAS Model*. *Journal of Business and Management* Vol. 1, no. 5, 2012: 352-354. Bandung Institute of Technology.
- Dewinda, C., & Susilarini, T. (2021). *Hubungan antara Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik Lipstick Maybelline*. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(2), 1-7.
- Fadillah, A. N., Saenan, D., & Muchtasib, A. B. (2020). *Analisis Pengaruh Promosi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah Dalam Berbelanja Online Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi*. *ACCOUNT: Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, 7(1).
- Hermawan, F. T. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- ISTIKHAROTULLAILA, N. N. *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Orientasi Belanja Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Media Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)* (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*

- KOMPAS. (2020, APRIL 30). *90 Persen Gerai Starbucks di Amerika Serikat Mulai Buka Juni Mendatang*. Retrieved APRIL 5, 2021, from KOMPAS.COM
- KUMPARAN. (2021, JANUARI 14). *Manfaat Internet dalam Kehidupan Sehari-hari, Apa Saja yang Menarik?* Retrieved APRIL 6, 2021, from KUMPARAN.COM
- KUMPARAN. (2021, FEBRUARI 1). *Orang Indonesia Lebih Kecanduan Media Sosial Dibanding Singapura*. Retrieved APRIL 6, 2021, from KUMPARAN.COM
- Lubnani, U. (2015). *Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Starbucks PVJ Bandung)* (Doctoral dissertation, Universitas Kristen Maranatha).
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(2).
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133-147.
- Rahman, A. Z. A., & Zuliestiana, D. A. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Official Account Line Starbucks Indonesia Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Di Kota Bandung*. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Setiawan, N. J., & Bernardus, D. (2018). *Pengaruh Faktor-Faktor Promotion Mix Terhadap Keputusan Pembelian Forte*. 3.
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

WIKIPEDIA. (2021, MARET 21). *STARBUCKS*. Retrieved APRIL 5, 2021, from WIKIPEDIA