

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdurahman, Maman. Sambas Ali Muhidin, Ating Somantri. (2013). *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Pustaka Setia
- Abd. Rohman (2017). *Dasar - Dasar Manajemen*. Malang: Inteligencia Media.
- Arif Yusuf Hamali. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Berman dan Evan (2010). *Retail Manageman*. 12th Edition. Jakatra: Pearson
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE, (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: Cv. Penerbit Qiara Media.
- Farida Yulianti. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25* (9th ed). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Komarudin, Sarkadi. (2017). *Evaluasi Pembelajaran*. Jakarta: Laboratorium Sosial Politik Press.
- Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Rachman.T. (2018). *Dasar- Dasar Manajemen*. Surabaya: Pena Salsabila
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. University Mulawarman.
- Riyanto, Slamet., dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: DEEPUBLISHING
- Rosnaini. (2019). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Makasar: Global Research And Consulting Institute

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Alfabet Bandung.

Tony Wijaya. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Jurnal :

Ahmad, M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 10(1), 25–31.

Alif Fianto, A. Y., Hadiwidjojo, D., Aisjah, S., & Solimun, S. (2014). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management and Strategy*, 5(2), 58. <https://doi.org/10.5296/bms.v5i2.6003>

Akhiryananda, Y. (2021). Pengaruh Store Layout, Interior Display Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram). *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business & Enterpreneurship)*, 2(2), 31-35. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v2i2.64>

Ambarwati, M. (2015). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 25(1), 86141. <http://www.topbrand-award.com/top-brand->

Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wrdah di Kota Batam. *Journal of Management, Accounting, Economic and Business*, 1(1), 56–70.

Fahrian, F., Hasiolan, B. L., & Haryono, T. A. (2015). Pengaruh Citra Merek, Lokasi, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Bbm Di Spbu Gasindo Mekar Putra Semarang. *Journal of Management*, 1(1), 110. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/261>

- Fauziah, N., & Aziz Mubarak, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 37–44. <https://doi.org/10.17509/image.v8i1.22686>
- Hadiyono, N., & Palumian, Y. (2019). Pengaruh Fasilitas dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Produk Starbucks di Surabaya. *Jurnal AGORA*, 7(2), 1–11.
- Hamid, M., Sufi, I., Konadi, W., Program Studi Ekonomi Pembangunan, Ms., Yusrizal Akmal, D., Program Studi Budidaya Perairan, Ms., Pertanian, F., & Iddris, J. (2019). *Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25 Edisi Pertama*. 165.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 24–31. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/article/view/872>
- Jeanasis, N. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pasien terhadap Loyalitas (Studi Pada Rumah Sakit BMC Padang). Skripsi, 79.
- Kalangi, A. S., Lapian, J., & Rotinsulu, J. J. (2016). Pengaruh Layout Pengelolaan Sarana Prasarana Terhadap Objek Wisata Gunung Mahawu Di Kota Tomohon. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(3), 323–333.
- Meldarianda, R., Lisan, H., Kristen, U., & Bandung, M. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97–108.
- Mendrika, S. G. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Oriflame Studi Kasus: Mahasiswi kampus 1 Universitas Sanata Dharma. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Novianti, E., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Layout Dan Standard Operating Procedure Terhadap Produktivitas Karyawan Emp Malacca Strait Psc. *Jurnal*

Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 8(3).
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i3.471>

Pambudi, A. R. (2019). Pengaruh Store Layout Dan Food Quality Terhadap Minat Beli Ulang Dan Customer Satisfaction Pada Ready To Eat Bakery. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 1–7.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.1-7>

Ramlawati, & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswi Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar. *Manajemen Dan Organisasi Review (MANOR)*, 2(1), 65–75.

Rate, P. Van, Tumbel, A., & Memah, D. (2015). Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Citraland Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1263–1273.

Riyanto, I., Fuadi, & Mutoharoh. (2020). Pengaruh Layout Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Di Bright Cilegon Pt. Pertamina Retail. *Jurnal Ekonomi & Publik*, 16(2), 202.

Rohaeni, H., Sekretari, A., Bina, M., & Informatika, S. (2018). Pengaruh Store Layout Terhadap Impulse Buying Di Toko Buku Gramedia Istana Plaza Bandung *Asti Damayanti*. 10(2), 177–192.

Rosandi, S., & Sudarwanto, T. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Susu Ultra. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 2(2), 1–16.

Seran, Y. P. (2016). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Mie Instan “Pop Mie.” *Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma*, 7.
<https://core.ac.uk/download/pdf/80762035.pdf>
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/987/1169>

- Sinambela, & Putra, R. Y. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–10.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 53. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i1.2086>
- Suharna, A., Eldine, A., & Sume, S. A. (n.d.). *Citra Merek Dan Fasilitas (Tangible) Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 2(1), 103–113.
- Starbucks (2019). *Starbucks Coffee Company*. Retrieved Maret 17, 2019 from <http://www.starbucks.co.id>
- Syarifudin, A. (2020). Pengaruh Store Layout Dan Interior Display Terhadap Kenyamanan Pelanggan Pada Garasi Coffee Bojonegoro. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Top Brand (2020). *Kategori Brand award*. <http://www.topbrand-award.com/en/2020/06/caffe-kopi-fase-2-2020>
- Umbu Saga (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Medias. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Vaya Glrorinda Khaila. (2018). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Starbucks Coffee Bintaro Xchange Tangerang Selatan. Economic Studiies Program Managemen, 1–97. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/23585>
- Wijaya, M. H. P., & Fakultas. (2013). Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 105–114.