

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. P. E., & Suasana, I. G. A. K. G., (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Gerai Starbucks di Bali. *Buletin Studi Ekonomi*, 52-79.
- Ahfa, H. N., Hasyim, F., & Setiawan, A., (2022). Influence of Green Marketing, Product Hygiene, and Brand Identity on Repurchase Intention Starbucks in Semarang City. *Admisi dan Bisnis*, 71-86.
- Allorante, L. T., (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada *Tumbler* Starbucks.
- Aprilisya, N. P. E., Yasa, N. N. K., & Giantari, I. G. A. K., (2017). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 1701-1728.
- Archa, K., H., I., (2016) Analisis Faktor Penentu Daya Tarik Produk pada Pasar Ukm Lopait Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang.
- Asadi. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Teh “Rio”, di Kec. Bangil Pasuruan. *JAMSWAP; Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 59-73.
- Astini, R., & Yustian, Y., (2020). Pengaruh Product Price, Individual Personality Differences, Environmental Friendliness Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 141-149.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Ekonomi Indonesia Triwulan IV 2021 Tumbuh 5,02 Persen (y-on-y). Retrieved from bps:(<https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/02/07/1911/ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2021-tumbuh-5-02-persen--y-on-y-.html>)
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2021). Produksi Sampah Menurut Jenisnya Di Kota Bandung, 2019. Retrieved from bps: <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2021/02/02/1392/produksi-sampah-menurut-jenisnya-di-kota-bandung-2019.html>
- Bahja, F., Cobanoglu, C., Berezina, K., & Lusby, C., (2018). Factors influencing cruise vacations: the impact of online reviews and environmental friendliness. *Tourism Review*.
- Bongso, R. W., & Citra, K. D., (2021). Pengaruh Flow Experience, Perceived Enjoyment, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Conditions Terhadap Behavioral Intention Pemain Mobile Game Kota Kita. *Jurnal Abiwara*, 27-40.
- Botelho, A. Pinto, L. M. C, Gomes, L. L., Valente, M., & Sousa, S. (2016). Public Perceptions of Environmental Friendliness of Renewable Energy Power Plants. *Energy Procedia*, 73-86.
- Chen, Y., Lin, C., & Weng C. (2015). The Influence of Environmental Friendliness on Green Trust: The Mediation Effects of Green Satisfaction and Green Perceived Quality. *Sustainability*, 10135-10152.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Dewi, A., K., & Tuti, M., (2022). Pengaruh *Product Quality* pada *Environment Friendly* Melalui Keputusan Pembelian dan *Word of Mouth*. *IDEI:Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 77-88.
- Elnina, D. R., (2022). Kemampuan Self Control Mahasiswa Ditinjau dari Perilaku Impulsive Buying terhadap Produk Fashion. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 1-19.
- Ghozali, P. S., & Tunjungsari, H. K., (2022). PFaktor-Faktor yang Mememngaruhi Purchase Intention Luxury Brand Melalui Dampak Rasional dan Emosional. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 554-558.
- Ghozali, Imam & Latan, Hengky. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hakim, M. Z., Wattimena, R. E., & Khotimatussaudah, H., (2018). Progress Report CV. Primanto Pangan Selaras.
- Hansel, B. (2021). Pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Shopping Orientation* untuk *Seller* yang membuka Lapak pada aplikasi Tokopedia di Surabaya. AGORA.
- Hasan, A., Murni, Junita, Rahmi, I., (2021). Ranking of Drivers and Barriers for the Green Management Implementation at MSME in Banda Aceh City, Indonesia. *Advances in Engineering Research*.
- Heydemans, N. A., & Langi, F. M. (2019). Rekonsiliasi Pemuda dengan Alam. *Jurnal Studi Pemuda*, 157-166.
- Iffan, M., & Yulianti, L. (2017). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada JG Motor Yamaha Cab. Asia Afrika Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 22-32.
- Iffan, M., Santy, R. D., & Radaswara, R. (2018). Pengaruh Proses dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 128-140.
- Infogram. (2023). Penjualan toko Starbucks. Retrieved from Infogram: <https://infogram.com/penjualan-starbucks-1hxj481p09y72vg>
- Irawati, A. D., Fathimahhayati, L. D., & Sukmono, Y., (2019). Perancangan Ulang Produk Botol *Tumbler* dengan Mempertimbangkan *User Experience* Menggunakan Metode *Geneva Emotion Wheel* (GEW) (Studi Kasus: Starbucks Samarinda). *Jurnal MATRIK*, 23-30.
- Iqbal, M., Rifat, A., & Nisha, N., (2021) Evaluating Attractiveness and Perceived Risks: The Case of Green Banking Services in Bangladesh. *International Journal of Asian Business and Information Management (IJABIM)*

- Janicke, S. H., & Raney, A. A., (2015). Exploring the role of identification and moral disengagement in the enjoyment of an antihero television series. *Communications*, 485–495.
- Ketelsen, M., Janssen, M., & Hamm, U., (2020). Consumers' response to environmentally-friendly food packaging - a systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 1-38.
- Kim, L., Jindabot, T., Pongsakornrunsilp, S., Horan, N., (2023). How To Enhance Perceived E-Learning Usefulness: Evidence From Thai University Students. *ABAC Journal*, 18-33).
- Lazzarini, G. A., Zimmermann, J., Visschers, V. H. M., Siegrist M. (2016). Does environmental friendliness equal healthiness? Swiss consumers' perception of protein products. Elsevier, 663-673.
- Lewis, B. A., Williams, D. M., Frayeh, A., & Marcus, B. H., (2015). Self-efficacy versus perceived enjoyment as predictors of physical activity behaviour. *Psychology & Health*, 1-14.
- Linda. 10 Tumbler Starbucks Terunik di Dunia, Berminat Memilikinya?. Retrieved from Keluyuran: <https://keluyuran.com/tumbler-starbucks-paling-unik-di-dunia/>
- Mamahit, M. V., Kalangi, J. B., & Pandowo M. H. C. (2019). Analisis Intensi Pembelian Tumbler oleh Generasi Milenial di Manado. *Jurnal EMBA*, 3289-3298.
- Mirdin, A. A. A., Modding, B., & Mursalim., (2021). Pengaruh Teknologi Informasi, Keahlian Pemakai dan Intensitas Pemakaian terhadap Kualitas Informasi Akuntansi pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Makassar. *Invoice: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10-29.
- Musdalifa, D., & Taufik, E. R., (2023). Meningkatkan Repurchase Intention Melalui Perceived Ease Of Use dan Perceived Enjoyment. *Tirtayasa EKONOMIKA*, 89-103.
- Mybest. (2022). 10 Rekomendasi Tumbler Starbucks Terbaik (Terbaru Tahun 2023). Retrieved from Mybest: <https://my-best.id/136848>
- Naufal, R. A., Ferdinand, A. T., (2015). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Produk Dalam Upaya Meningkatkan Minat Membeli Sepeda Motor Suzuki di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 1-11.
- Niati, D. R., Siregar, Z. M., & Prayoga, Y. (2021). The Effect of Training on Work Performance and Career Development: The Role of Motivation as Intervening Variable. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2385-2393.
- Nanincova, N., & Petra, K., (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro.
- Nilasari, N., P., H., & Kusumadewi., N., M., W. (2016). Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Kepedulian Lingkungan Terhadap Niat Beli Kosmetik Hijau Merek The Body Shop. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 821-848.
- Norwati., Maryam, S., & Priliantini, A., (2018). Pengaruh Kampanye “Let's Disconnect to Connect” terhadap Sikap Anti Phubbing (Survei Pada

- Followers Official Account Line Starbucks Indonesia*). *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 155-164.
- Nugroho, R, S, A., Nugraheni, B, L, Y., & Chrismastuti, A, A., (2022). Pengembangan Teknologi Tata Kelola Keuangan dan E-Koperasi untuk Peningkatan Kapasitas Petani Perhutanan Sosial.
- Nur, A. A., Alam, A. R., & Anggi. (2019). Pengaruh Kemasan Produk Susu Bear Brand Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Oze Power Switch Di Makassar. *Movere Journal*, 111-120.
- Nurchayyo, B., & Riskayanto., (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image dan Aktifitas *Word Of Mouth* (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusamba*, 14-29.
- Oktarini, M, A, S., & Wardana, I. M., (2018). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 2041-2072.
- Pebritia, A., (2022). Online Repurchase Intention Ditinjau dari Perceived Enjoyment pada Konsumen Shopee. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 123-129.
- Permatasari, B., (2020). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal TECHNOBIZ*, 31-36.
- Portal Informasi Indonesia. (2019). Menenggelamkan Pembuang Sampah Plastik di Laut. Retrieved from Indonesia: <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/sosial/menenggelamkan-pembuang-sampah-plastik-di-laut>
- Prabasari, A. F., Jesica, C., Arsandha, F. K., & Kusumawati, N., (2023). Peramalan Jumlah Rumah Tidak Layak Huni (Rtlh) Guna Mengatasi Kemiskinan di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal JAEMB*, 176-185.
- Pramudia, P, S., (2021). Kehadiran Starbucks Sebagai Lambang Kapitalisme Amerika Serikat di Tiongkok. *Indonesian Journal of International Relations*, 218-240.
- Pratama, S. A., & Permatasari, R. I., (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur dan Kompetensi terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor Pt. Dua Kuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah*, 38-47.
- Prima, A., & Ismawati, L., (2019). Pengaruh Perputaran Total Aset (Tato) dan Tingkat Pengembalian Ekuitas (Roe) Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesi. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan*, 33-42.
- Putri, N. Y. S., Sundari, S., & Sundari, (2022). Analisis Iklan *Instant Messaging* Terhadap Promosi *Tumblr Day* Pada *Official Account Line Starbucks Indonesia* Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 571-578.
- PwC. (2022). RI Diprediksi Jadi Negara Ekonomi Terbesar ke-5 Dunia, Simak 4 Faktanya. Retrieved from PwC: <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/pwc-in-news/2022/indonesian/ri-diprediksi-jadi-negara-ekonomi-terbesar-ke5-dunia-simak-4-faktanya.html>
- Raditya, F, M., Pradekso, T., & Dwiningtyas, H., (2022). The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Price Value of Bundling Promotion, and

- Perceived Attractiveness of Original Contents on Disney+ Hotstar Subscription Intention. 1-22.
- Rouibah, K., Al-Qirim, N., & Hwang, Y., (2021). The Determinants of eWoM in Social Commerce: The Role of Perceived Value, Perceived Enjoyment, Trust, Risks, and Satisfaction. *Journal of Global Information Management*, 75-201.
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 92-109.
- Ruiz, A. A. G., Ruiz, P. G., Puyana, M. G., Bocanegra, A. L., & Fernandez, J. G., (2022), Investigating The Intention to Use Fitness App: The Role Of The Perceived Attractiveness Of Fitness Center Customers. *Sport, Business and Management*, 537-553.
- Sagin, S., Kuropyatnyk, O., Sagin, A., Tkachenko, I., Fomin, O., Pistek, V., & Kucera, P. (2022). Ensuring the Environmental Friendliness of Drillships during Their Operation in Special Ecological Regions of Northern Europe. *Journal of Marine Science and Engineering*, 1-23.
- Santy, R. D., & Iffan, M. (2023). The Effect of Artificial Intelligence and Gamification on Online Purchase Intention Mediated by Customer Experience: Study on Indonesian Marketplace Users. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 227-243.
- Sari, A. I., Budiyanto & Utami, E. M., (2021). Efek Environmental Friendliness Terhadap Green Purchase Intention Dimediasi Green Perceived Value. *Bulletin of Management & Business*, 83-91.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6 ed., Vol. 2). Jakarta.
- Septiani, I., Salim, M., Daulay, M. Y. I., (2020). Analysis The Effect Of Habit And Perceived Enjoyment Mediated By Behavioural Intention To Adoption On Students Using Mobile Banking Bni. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 78-94.
- Sinaga, M. J. E., Pandiangan, A., (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Suture & Gloves pada PT. Surgika Alkesindo Medan. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik*, 92-102.
- So, K. K. F., Kim, H., & Oh, H., (2020), What Makes Airbnb Experiences Enjoyable? The Effects of Environmental Stimuli on Perceived Enjoyment and Repurchase Intention. *Journal of Travel Research*, 1-21.
- Starbucks. (2023). Drinkware. Retrieved from Starbucks: <https://www.starbucks.co.id/coffeehouse/merchandise/drinkware>
- Su, C., & Chiu C. (2020). Perceived Enjoyment and Attractiveness Influence Taiwanese Elementary School Students' Intention to Use Interactive Video Learning. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-10.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tamadesha, A., & Istiharini, (2018). Pengaruh *Customer Experience* dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* Starbucks Bandung. *Journal of Accounting and Business Studies*, 18-27.
- Upadama, M. W. K., & Pramudana, K. A. S., (2020). *Brand Awareness* Memediasi Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 1921-1941.
- Vallejo, J. M., & Polo, I. M., (2019). Understanding Online Business Simulation Games: The Role Of Flow Experience, Perceived Enjoyment And Personal Innovativeness. *Australasian Journal of Educational Technology*, 71-85.
- Vercic, A. T., Galic, A., & Znidar, K., (2021). The Relationship of Internal Communication Satisfaction With Employee Engagement and Employer Attractiveness: Testing the Joint Mediating Effect of the Social Exchange Quality Indicators. *International Journal of Business Communication*.
- Wahlberg, O., (2016). Small town centre attractiveness: evidence from Sweden. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 468-488.
- Widiantari & Daryaswanti (2023). Gambaran Tingkat Pengetahuan dan Sikap Remaja dalam Mengonsumsi Air Putih di SMAN 1 Semarang. *Prohealth Jurnal (PHJ)*, 17-24.
- Wijianto. (2014). Analisis Pengaruh Perceived Attractiveness, Kualitas Pelayanan dan Perceived Value for Money Terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Tempat Wisata “Kintamani Water Park” Ponorogo.
- Wiradharma, G., (2022). Membangun City Branding Lokalitas dalam *Tumbler* Starbucks: Suatu Pendekatan Budaya. *Perspektif*, 1119-1130.
- Wu, G., Liang, L., & Gursoy, D (2021). Effects of the new COVID-19 normal on customer satisfaction: Can facemasks level off the playing field between average-looking and attractive-looking employees?. *International Journal of Hospitality Management*, 1-12.

- Yam, J. H., & Taufik, R., (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 96-102.
- Ye, Z., Yang, X., Zeng, C., Li, X., Wang, Y., Shen, Z., & Lin, D. (2020). Resilience, Social Support, and Coping as Mediators between COVID-19-related Stressful Experiences and Acute Stress Disorder among College Students in China. *The International Association of Applied Psychology*, 1-21.
- Yohana, N. K. Y., & Suasana, I. G. A. K. G., (2020). Peran Sikap dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Niat Beli *Tumbler* Starbucks di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Manajemen*, 3279-3300.
- Young, Y. S., & Haryono, C. G., (2022). Eksistensi Diri Pelanggan Starbucks Melalui Ritual Posting Instastory. *Jurnal Komunikasi*, 74-86.
- Zulfikar, R., & Novianti, L. (2018). Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus: Sentra Kain Cigondewah Bandung). *Jurisma*, 142-152.