

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Julita Sari, IBN Udayana, & Agus Dwi Cahya. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4.
- Agustin, M., Dwi Astono, A., Bisnis dan Komunikasi, F., & Teknologi dan Bisnis Kalbis Jalan Pulomas Selatan Kav, I. (2022). Analisis Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Street Boba (Studi Kasus di DKI Jakarta) (Vol. 8, Issue 4).
- Almira Febrida, Drs. Hariyanto Ridwan, M., & Dra. Heni Nastiti, M. (2020). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Thai Tea Pada Generasi Millennial.
- Anjeli, D., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Celebrity Endorser dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba. *Economics and Digital Business Review*, 3.
- Arianto Saputra, D., Murdiyanto, E., & Rahmawati, Z. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minuman Milsek Nganjuk (Vol. 2, Issue 6).
- Cindy Chandra1, K. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 176–185.
- Dewi, D. F., & Hadisuwarno, H. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Nako Kalisari. 1(3), 823–841. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb>
- Dono Murdiyanto, & Saida Aritonang. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime Mall Kelapa Gading Di Era Pandemi Covid 19. *Journal of Economics and Business UBS*, 11.
- Durrotun Nabila, L., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Dompot Digital Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Franchise Minuman (Studi Pada Konsumen Minuman Chatime di Lippo Plaza Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8.
- Ernawati, S., Studi Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, S., & Bima, K. (2023). Pengaruh Citra Merek, Variasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Teh Indonesia Cabang Bima.
- Fauziya, F., & Handian Hikmah, R. (2023). Analisis Brand Awareness Terhadap Buying Decisions Konsumen Starbucks Coffee (Studi Kasus Di Cabang Buah Batu-Kota Bandung). *Rangga Handian Hikmah INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 6563–6578.
- Filus Fredik, T., & Indra Dewi, S. (2018). Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. In *JISIP* (Vol. 7, Issue 2). [www.publikasi.unitri.ac.id](http://www.publikasi.unitri.ac.id)

- Hafni Sahir, S. (2021). Metodologi Penelitian (M. S. Dr. Ir. Try Koryati, Ed.; 1st ed.). PENERBIT KBM INDONESIA. [www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)
- Hartanto, S., Program, W., Bisnis, M., Manajemen, S., Bisnis, F., & Ekonomi, D. (2019). Pengaruh Customer Perceived Value, Brand Awareness, Dan Store Atmosphere Terhadap Customer Purchase Intention KOI THE Bubble Tea Di Tunjung Plaza Surabaya (Vol. 7, Issue 2).
- Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Pada Mahasiswa Universitas Gunadharma. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(3), 433–443. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i3.2517>
- Juwariyah, S. (2021). Pengaruh Promotion Mix Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pondok Cokelat Hatta Samarinda. <http://jiss.publikasiindonesia.id/>
- Kelvin Yohanes, Suharyati, & Ediwarman. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba.
- Lailatul Nadifah, M., Menek Srihandayani, C., & PGRI Adi Buana Surabaya, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Menu Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo. In *Journal of Sustainability Business Research* (Vol. 3, Issue 2).
- Linda Rosalina, dr, Rahmi Oktarina, Mb., Dra Rahmiati, Mp., & Saputra, I. (2021). Buku Ajar Statistika. [www.muhaarikarumahilmiah.com](http://www.muhaarikarumahilmiah.com)
- Melan Rosmayanti. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 05(03).
- Nel Arianty, & Ari Andira. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Nuraini, N., & Oktavia, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Taman Mediterania. [https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia\\_journal/article/view/2213/1290](https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/2213/1290)
- Prabowo, A. J., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia (Vol. 2, Issue 2). <https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/index>
- Prof. Dr. H.M. Sidik Priadana, M., & Denok Sunarsi, S. Pd., M. M. CHt. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. In *JSMB* (Vol. 6, Issue 2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>
- Rizki Febrianoor, Irwansyah, & Emy Rahmawati. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Waralaba Miltie bubble Di Banjarmasin Yang Di Mediasi Minat Beli (Vol. 11, Issue 1).

- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Sembiring, M. J., Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2022). The Impacts of Product Quality, Promotion, Brand Association, Purchase Decisions on Japanese Motorcycles. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 214. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2022.v16.i02.p03>
- Shafira Qadrina, Suadi Sapta Putra, & Kumba Digidowiseiso. (2023). The Influence of Price Perception, Product Quality, and Promotions on Consumer Purchasing Decisions for Boba Drinks in Aus Business in Bangka, Pela Mampang, South Jakarta. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 6). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sutrisno, I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi, Suria Alamsyah Putra, Muhamad Bakhar, & Ali Hanafiah. (2023). Analysis Of The Influence Of Brand Image And Brand Awareness On Purchase Decisions For Street Boba Beverage Products. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Tee, J., Erdiansyah, R., Aulia, S., Ilmu, F., & Tarumanagara, K. (2020). Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang di Indonesia. <https://m.detik.com/food/resto-dan-kafe/d-4592367/xing-fu-tang-antre-2-jam-untuk->
- Waseso Segoro, & Rizqi Amalia Nugraha. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Teh Botol Sosro.
- Widyastuti, A. N., Pujiharto, P., Tubastuvi, N., & Santoso, S. B. (2020). The Effect of Marketing Mix on Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2). <https://doi.org/10.18196/mb.11295>
- Wiraatmaja, J., & Kristiawan, A. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek pada Keputusan Pembelian Konsumen Teh Botol Sosro di Jawa Barat. In *Journal Management* (Vol. 21, Issue 2).