

DAFTAR PUSTAKA

- Beritasatu.com. (2021, September). *Chatime Bakal Miliki 400 Gerai Akhir 2021*.
<https://www.beritasatu.com/ekonomi/828693/chatime-bakal-miliki-400-gerai-akhir-2021>
- Chatime. (2022). *Chatime Indonesia*. <https://chatime.co.id/store-locations>
- Fanadaya, H., & Budiyanto. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–7.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, D. M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Jurnal Agora*, 5 No.(september), 5–299.
- Gabriella, T. P., Ellitan, L., & Kristanti, M. M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Dan E-WOM Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*, 11(2022).
<https://doi.org/10.33508/jumma.v11i11.3946>
- Ghozali, I. (2021). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris edisi 3. In *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L. (2021). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Penerbit Cipta Prima Nusantara.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>

- Intania, H., Nobelson, & Suharyati. (2021). Analisis Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee di Jakarta. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1457–1470. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1165>
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina*. Kompas. (2022). *Melihat Peluang Bisnis Minuman Kekinian di Indonesia*. https://www.kompas.com/food/read/2022/09/08/103200875/melihat-peluang-bisnis-minuman-kekinian-di-indonesia?page=all&jxconn=1*njcfwe*other_jxampid*TG9VU2h1WIBHMXlkaXJVcGhqTUdSOXh0VG1Yek12anRUQ0NmcFRtNTNnTGJkeUxCYVduUW9DRHlqQWRhU21KcQ..#page2
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles Of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laila, N., & Hananto, J. (2019). The Effect of Packaging and Price on the Chatime Drink Purchase Decision (Case Study in Tangerang Selatan). *KnE Social Sciences*, 2019, 1033–1050. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i26.5429>
- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah, H. (2018). Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion*, 1(1), 9–22. <https://doi.org/10.33648/ijoaer.v1i1.2>
- Maisita, T., Astuti, M., & Husniati, R. (2020). Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee (Studi Kasus Di Transmart Cilandak). *Prosiding BIEMA*, 1(632–642).
- Muslizar, D., & Saraswati, T. G. (2022). Effect of Marketing Mix and Electronic Word of Mouth (E-Wom) on Purchase Decisions on Olenka Coffee and Dining in Banda Aceh. *Budapest International Research and ...*, 23713–23722. <https://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/6384>

- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen* (1st ed.). Grasindo.
- Noor, Z. Z. (2021). *Manajemen Pemasaran Strategik Dilengkapi Dengan Kasus-Kasus Dalam Bidang Bisnis Dan Sektor Publik Tahun 2016*. Penerbit Deepublish.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Penerbit Alfabeta.
- Prihastomo, G., & Usman, O. (2020). The Effect of Product Quality, Price, Promotion, and Lifestyle on Purchase Decisions to Drink the Coffee. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3510779>
- Republika. (2022). *GAPMMI: Industri Makanan dan Minuman akan Tumbuh 5-7 Persen di 2022*. <https://www.republika.co.id/berita/r9yykm383/gapmmi-industri-makanan-dan-minuman-akan-tumbuh-5-7-persen-di-2022>
- Rizqi Fauzan Ilyas, N. S. S. M. A. K. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian melalui Warung Kopi Purnama. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 5039. <http://www.disparbud.jabarprov.go.id>
- Setianingsih, W. E. (2022). The Role Of Price, E-WOM, And Store Atmosphere In Taking Purchase Decision At Coffee Shops. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6. <https://doi.org/10.22236>
- Sindonews.com. (2018). *Brand Bukan (Lagi) Pertimbangan Utama Konsumen Milenial*. <https://ekbis.sindonews.com/berita/1281147/34/brand-bukan-lagi-pertimbangan-utama-konsumen-milenial?showpage=all>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (2nd ed.). Penerbit Alfabeta.
- TBI. (2022). *Top Brand Award Chatime*. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Chatime
- Times, T. B. (2022). *S-E Asia spends US\$3.7b on bubble tea in 2021, Indonesia tops list: report*. <https://www.businesstimes.com.sg/asean-business/s-e-asia-spends-us37b-on-bubble-tea-in-2021-indonesia-tops-list-report>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan*. Penerbit ANDI.
- Tripadvisor. (2022). *Chatime*. <https://www.tripadvisor.com/Search?q=Chatime>
Jakarta

Selatan&searchSessionId=4BD9AE3BA51F8B1D5AB7A3486B087A0B1665630529193ssid&sid=D48A585F24A24D059A16F39E512695EF1665630549033&blockRedirect=true&ssrc=a&isSingleSearch=true&geo=1

Wangsa, I. N. W., Rahanatha, G. B., Yasa, N. N. K., & Dana, I. M. (2022). *Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word Of Mouth Dan Mendorong Pengambilan Keputusan* (1st ed.). Penerbit Lakeisha.

Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). Electronic Word of Mouth, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 115–124.

Yaumil, A. H., Tresnati, R., & Maharani, N. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Survey Konsumen pada Dreezel Coffee Bandung). *Prosiding Manajemen*, 3(2), 815–820.

Zomato. (2022). *The 10 Best Bubble Tea Restaurant in South Jakarta for June 2022*. https://www.zomato.com/jakarta/best-south-jakarta-bubble-tea-restaurants?zrp_bid=389613&zrp_pid=1&zrp_cid=407763&ref_id=3847&ref_type=group&nearby=0