

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkia, S., Yohana, C., & Parlyna, R. (2021). Peran Electronic Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Minat Beli Minuman Bubble Tea. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 2(2), 336-346.
- Angelika, A., & Lego, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Chatime di Mall Ciputra, Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 04(01), 31–39.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Marketing: an Introduction* (13th ed.). Pearson.
- Astusti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Chaniago, S. W. P., & Agmasari, S. (2022). *Melihat Peluang Bisnis Minuman Kekinian di Indonesia*. Kompas.Com. https://www.kompas.com/food/read/2022/09/08/103200875/melihat-peluang-bisnis-minuman-kekinian-di-indonesia#google_vignette
- Era Hermawati, N. N. ., & Nursalin, K. K. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Produk Perawatan . *Manners (Management and Entrepreneurship Journal)*, 6(2), 25–32. <https://doi.org/10.56244/manners.v6i2.753>
- Fanadya, H., & Budiyanto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Suweger. *JIRM: Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(1), 1–17.
- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Ferdinand.pdf*.
- Firmansyah, M. A. (2019a). *Pemasaran Produk dan Merek*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares (SmartPLS 3.2.9)* (p. 305).
- Hair et al. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (Issue July). https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Hidayah, Nurul. "Pengaruh citra merek, kualitas produk, Dan harga terhadap keputusan pembelian chatime pada mahasiswa universitas gunadarma." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 27.3 (2022): 433-443.
- Hermawan, R., Kusyeni, K., Saifullah, S., & Kurniawan, D. (2023). *Perilaku Konsumen 4.0*. Eureka Media Aksara.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., & Hanika, I. M. (2021). *Perilaku Konsumen*.

Widina Bhakti Persada.

- Julianto, E. T. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass dengan Minat Beli sebagai Mediasi. *EBISMEN*, 1(4), 16–29.
- Kevin, L., & Tjokrosaputro, M. (2021). Pengaruh Perceived Price Dan Country Of Origin Terhadap Repurchase Intention Merek Minuman Xing Fu Tang Di Jakarta: Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi. *Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 52–60.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Global. <https://support.pearson.com/getsupport/s/contactsupport>
- 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*, 1033–1050. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i26.5429>
- Leonandri, D. G., Harahap, Z., & Fitriana, R. (2021). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decision for Brown Sugar Boba Fresh Milk. *Enrichment: Journal of Management*, 11(2), 338–344. www.enrichment.iocspublisher.org
- Mardiatmi, B. D., Nopiyanti, A., Resti, A. A. (2022). Praktik Baik Manajemen Menuju Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Mandiri dan Produktif di Kampung Bulak Timur, Kelurahan Cipayung, Kota Depok, Jawa Barat. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 119-131
- Mardiatmi, B. D., Wadu, R. B., Nopiyanti, A., & Supriadi, Y. N. (2023). Collaboration with Pentahelix to Improving MSME Management Performance During the Covid-19 Pandemic. *Quality-Access to Success*, 24(194).
- Noviaty, E., Citra, C., & Sari, N. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mohammad Husni Thamrin. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 330–340. <https://doi.org/10.37012/ileka.v4i1.1689>
- Pahmi, P. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat* (A. Karim, Ed.). Penerbit Nasmedia.
- Pasaribu, S. S. M., & Hidayat, A. M. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Dan Koi The di Kota Bandung. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 13(2), 121-129.
- Permadi, I., Riswandi, R., & Fathussyadah, E. (2023). Kualitas Produk Persepsi Harga dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk Kesehatan Madu Pramuka Studi pada Konsumen Madu Pramuka di Wilayah Sukabumi dan Cianjur. *DeMAND*, 05(01).

- Permatasari, W. I. S., Hendriyani, I. G. A. D., & Pranadewi, P. M. A. (2020). Minat Beli Konsumen terhadap Produk Minuman Bubble Tea-Xi Bo Ba Jimbaran-Bali. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.52352/jgi.v8i1.545>
- Pilipus, R. R., Fikry Aransyah, M., & Bharata, W. (2021). Pengaruh Word of Mouth (WOM), Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea pada Dum Dum Thai Drinks Samarinda. *JAMBURA*, 4(1).
- Qadrina, S., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (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. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8996–9005. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Rahman, D. F. (2022, December 27). *Profil Mixue, Perusahaan Es Krim dan Teh Tiongkok yang Aktif Ekspansi - Profil Katadata.co.id*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/63aa6b1704b8b/profil-mixue-perusahaan-es-krim-dan-teh-tiongkok-yang-aktif-ekspansi>
- Rahmawati, E. D. (2023). *Manajemen Pemasaran*. PUSTAKABARUPRESS.
- Rosanti, N., Karta Negara Salam, & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365–375. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems360>
- Rosmayanti, M., & Ratnasari, I. (2024). The Effect of Electronic Word Of Mouth (E-WOM) on Social Media TikTok to Brand Trust and Its Impact on Buying Interest in Mixue Brand Ice Cream Products (Survey on State University Students in West Java) *ASEAN Journal of Agriculture and Food Engineering*. *ASEAN Journal of Agriculture and Food Engineering*, 3(1), 81–88.
- Safrizal, S., Bulan, T. P. L., & Nurfahri, M. H. (2023). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas, Promosi dan Inovasi Produk Laptop Merek Asus di Universitas Samudra. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 63–74. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i2.535>
- Sitompu, S. S., Safhira, H., Purba, J. O., & Novitriansyah, B. (2022). Influence Of Product Quality, Brand Image, Price, And Promotion On Purchase Decision At Pt. Campina Ice Cream Industry Tbk. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 2(3), 379–392. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/index>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding* (A. Sudirman, Ed.). CV. Media Sains Indonesia.
- Slamet, R., & Aglis, A. H. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di

- Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen. In *Deepublish* (p. 373).
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson. www.pearson.com/mylab/marketing
- Suarsana, P. R. A., & Putra, K. E. S. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo di Kecamatan Buleleng. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1).
- Subandrio, S., & Arizahan, M. P. P. . . (2023). Influence Of Price And Product Quality On Customer Satisfaction (Case Study at the Obela Store in Bengkulu City). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Review*, 3(1), 293–304. <https://doi.org/10.53697/emba.v3i1.1308>
- Sugiyono. (2022). *metode kuantitatif sugiyono 2022.pdf* (p. 527).
- Sutisna, S., & Susan, M. (2022). *Perilaku Konsumen sebagai Dasar untuk Merancang Strategi Pemasaran* (1st ed.). CV ANDI OFFSET.
- Syafagita, O. S., & Santoso, A. B. (2024a). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Chatime Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1692–1697. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.4999>
- Syafagita, O. S., & Santoso, A. B. (2024b). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Chatime Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1692–1697. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.4999>
- Triwijayanti, K., & Yulianto, A. E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba Jemursari Surabaya. *JIRM*, 12(8).
- Valliappan, A. (2022, August 16). *The US\$3.66 billion Bubble Tea Market of Southeast Asia*. Momentum Works. <https://thelowdown.momentum.asia/3-66billion-bubble-tea-market-southeast-asia/>
- Wijaya, T. A., & Budiani, M. S. (2022). Hubungan Antara Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Daerah Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(5), 79–88.
- Wulandari, A. F., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran Desain Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Sepatu Ventela Pada Generasi Z Di Desa Tridaya Sakti. *JURNAL ECONOMINA*, 2(9), 2429–2438. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.825>
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.