

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., dan Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, Depok: Rajawali Pers.
- Adiputra, Y.R., dan Khasanah, I. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa: Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong*, Diponegoro Journal of Management, Volume 5, Nomor. 2, hlm. 2.
- Al, W.I. (2017), *Tabayyun di Era Generasi Millenial*, Jurnal Living Hadis, Volume. 2, Nomor. 1, Hlm. 320.
- Amilia, S., dan Asmara, M.O. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Volume. 6, Nomor. 1, hlm. 660.
- Arianto, T.H., dan Purnomo, H. (2018). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kofisyop di Kota Yogyakarta*, Equilibrium Jurnal Bisnis & Akuntansi, Volume. 12, Nomor. 1, hlm. 77.
- Arifin, E., dan Fachrodji, A. (2015). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan*, Jurnal MIX, Volume. 5, Nomor. 1, hlm. 128.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*, Edisi 1, Depok: Rajawali Pers.
- Budi, I.S., dan Harsono, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Ketersediaan Untuk Membayar Pada Coffe Bean di Surabaya*, Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, Volume. 6, Nomor. 2, hlm. 100.
- Darmi, Y., dan Setiawan, A. (2016). *Penetapan Metode Clustering K-Means Dalam Pengelompokan Penjualan Produk*, Jurnal Media Infotama, Volume. 12, Nomor. 2, hlm. 151.
- Ernawatiningsih, N.P.L. (2019). *Analisis Determinan Mahasiswa Akuntansi Dalam Berwirausaha*, Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis, Volume. 4, Nomor. 1, hlm. 40.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square(PLS)*, Edisi 4, Semarang: Universitas Diponegoro.

- Hamisati, W., dan Muchtar, R.M. (2019). *Analisis Kepuasan Konsumen Minuman Cokelat Nyoklat Klasik di Kecamatan Kota Sumenep Kabupaten Sumenep, Cemara*, Volume. 16, Nomor. 1, hlm. 27.
- Hermawan, H. (2015). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria di Jember*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, Volume. 1, Nomor. 2, hlm. 153.
- Hop-hop Bubble Drink. (2020). Tentang Hop-hop. Diakses 21 April 2020, dari <http://hophopbubbledrink.com/#six>.
- Ikmanila, R., dkk. (2018). *Analisis Preferensi Konsumen Rumah Tangga Terhadap Teh Celup Di Kota Semarang*, Jurnal Optimum, Volume 8, Nomor. 1, hlm. 1.
- Indratama, A.B., Artanti, Y. (2014). *Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri*, Jurnal Ilmu Manajemen, Volume. 2, Nomor. 4, hlm. 1264.
- Indrianto, N., dan Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Edisi 1, Yogyakarta: ANDI.
- Julius, Y., dan Limakrisna, N. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, Yogyakarta: Deepublish.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*, Edisi 1, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler., dan Keller. (2012). *Marketing Management*, 14<sup>th</sup> edition, United States of America: Pearson Education Limited.
- Kristianto, A.D., Wahyudi, T.A. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Pada Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis, Volume. 2, Nomor. 2, hlm. 113.
- Lestari, R., dan Elwisam. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mie Instant Sedaap*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Volume. 41, Nomor. 63, hlm. 7500.
- Lontoh, M.N. (2016). *Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tendean*, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume. 16, Nomor. 1, hlm. 520.
- Lubis, D.I.D., dan Hidayat, R. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*, Jurnal Ilman, Volume. 5, Nomor. 1, hlm.16.

- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Marlius, D. (2017). *Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang*, Jurnal Pundi, Volume. 1, Nomor. 1, hlm. 59-60.
- Moeis, I., dan Febriani, R. (2020), *Social Studies: Generasi Millenial dan Kearifan Lokal*, Jurnal Pendidikan Sains dan Kemanusiaan, Volume. 13, Nomor. 1, hlm. 57.
- Mukarramah., dkk. (2017). *Loyalitas Konsumen Terhadap Minuman Kopi Arabika di Kota Banda Aceh*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah, Volume. 2, Nomor. 2, hlm. 115.
- Mukti, M.Y.D. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian*. RITMIK, Volume. 2, Nomor. 1, hlm. 95.
- Mwangi, A.W., dkk. (2018). *Influence of Perceived Service Quality on Consumer Satisfaction amongst Dairy Milk Processors in Kenya*, IJRBS, Volume. 7, Nomor. 4, hlm. 53.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*, Edisi 1, Jakarta: PT Gramedia.
- Pangaribuan, C.H., dkk. (2020). *Factors of Coffee Shop Revisit Intention And Word-of-Mouth Mediated by Customer Satisfaction*, Journal of Management and Business, Volume. 19, Nomor. 1, hlm. 10.
- Prambaudy, K., dan Astuti, M. (2019). *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner*, BENEFIT Jurnal, Volume. 4, Nomor. 1, hlm. 5.
- Rachmawan, A. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Rust, Brand Image, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua: Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Aqua di Wilayah Tangerang Selatan*, Jurnal Pemasaran Kompetitif, Volume2, Nomor. 1, hlm. 14.
- Rangkuti, F. (2017). *Customare Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Razak, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, Volume. 7, Nomor. 2, hlm. 9.
- Resmi, N., dan Wismiarsi, T. (2015). *Pengaruh Kemasan dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Volume. 13, Nomor. 1, hlm. 12.

- Riyanto, S., dan Hatmawan, A.A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, Edisi 1, Yogyakarta: Deepublish.
- Rohmiyati, Y. (2018). *Model Perilaku Pencarian Informasi Generasi Millennial*, ANUVA, Volume. 2, Nomor. 4, hlm. 387.
- Ruditya, A.N., dan Chalidyanto, D. (2015). *Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Penilaian Kualitas Produk Apotek Rawat Jalan*, Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia, Volume. 3, Nomor. 2, hlm. 110.
- Rusydi, M. (2017). *Customer Excellence*, Edisi 1, Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Sejati, B.S.A. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume. 5, Nomor. 3, hlm. 2.
- Simamora, V., dan Kusmiyati, E. (2017). *Pengaruh Desain Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Teh Botol Sosro Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderating*, Jurnal Online Internasional & Nasional, Volume 20, Nomor. 1, hlm. 44.
- Sinulingga, S., dkk. (2016). *Analisis Keunggulan dan Kelemahan Merk Fruit Tea*, Jurnal Sistem Teknik Industri, Volume. 18, Nomor. 1, hlm. 35.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Edisi 1, Yogyakarta: ANDI.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Edisi 1, Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Sumiati., dkk. (2016). *Brand Dalam Implikasi Bisnis*, Edisi 1, Malang: UB Press.
- Supriyadi., dkk. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap keputusan Pembelian: Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang*, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume. 4, Nomor. 1, hlm. 75.
- Suryani., dan Hendryardi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Edisi 1, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sutopo, Y., dan Slamet, A. (2017). *Statistik Inferensial*, Edisi 1, Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., dan Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*, Edisi 1, Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., dan Diana, A. (2016). *Pemasaran*, Edisi 1, Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi 3, Yogyakarta: ANDI.

- Top Brand Award. (2020). Top Brand For Teens Index 2020. Diakses 21 April 2020, dari [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=hop-hop](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=hop-hop).
- Wahyuningtyas, Y.F. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Franchise Minuman*, Jurnal Kajian Bisnis, Volume. 24, Nomor. 2. hlm. 152.
- Warnadi., dan Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, Yogyakarta: Deepublish.
- Wastono, F.X. (2015). *Peningkatan Kemandirian Belajar Siswa SMK Pada Mata Diklat Teknologi Mekanik Dengan Metode Problem Based Learning*, Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Volume. 22, Nomor. 4, hlm. 397.
- Wibowo, H.A., Fausi, M. (2017). *Pelayanan Konsumen*, Yogyakarta: Parama Publishing.
- Wirdamulia, A. (2019). *Strategi Pengelolaan Makna Merek*, Edisi 1, Bogor: IPB Press.