

## DAFTAR PUSTAKA

- Aghekian-Simonian, Marine, Sandra Forsythe, Wi Suk Kwon, dan Veena Chattaraman. 2012. *The Role of Product Brand Image and Online Store Image on Perceived Risks and Online Purchase Decisions for Apparel*. Dalam *Journal of Retailing and Consumer Services*. Elsevier.
- Alfirahmi. 2019. *Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect*. Dalam *Jurnal Lugas*, Vol.3, No.1, pp.24-32.
- Ancok, D. 1987. *Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: CP3ES.
- Anis, Liya Monalisa. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk terhadap International Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian*. Dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.28, No.2.
- Arikunto, Suharsimi. 1986. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Bina Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryani, Y. 2020. *The Effect of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Intention*. Dalam *Jurnal Social Science Research Network (SSRN)*.
- Barcley.A., Sandall. P., dan Shwide-Slavine, C. 2014. *The Ultimate Guide to Sugars & Sweeteners : Discover the Taste, Use, Nutrition, Science, and Lore of Everything from Agave Nectar to Xylitol*. New York : The Experiment.
- Dewi, LAP, Rachmawati, I, dan Prabowo, FSA. 2015. *Analisis Positioning Franchise Bubble Drink Berdasarkan Persepsi Konsumen Di Kota Bandung*. *E-Proceeding of Management*, 2(3): 2511–2517.
- Elly Herlyana. 2012. *Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*. Dalam *Jurnal Thaqafiyat*, Vol.13, No.1.
- Gain,R. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan*

*Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. Dalam PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol.2, No.2.*

Gary Armstrong dan Kotler. 2017. *Marketing an Introduction, 6th ed.* Toronto: Pierson Canada Inc.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Goseldia, O. K., Janita, S dan Amonggiri Argo Sembodo. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk Coca Cola terhadap Loyalitas Pelanggan di tengah Isu Kesehatan (Studi kasus pada Konsumen Coca Cola di Ranca ekek Bandung).* Fakultas Ekonomi. (SNAB 2012, 27 Maret 2012, ISSN : 2252-3936).

Gultom, M. C dan F. Syarif, 2008. *Pengaruh Kebijakan Leverage, Kebijakan Dividen dan Earning Per Share Terhadap Nilai Perusahaan.* Dalam *Jurnal Akuntansi*, 47.

Hamed. 2017. *Investigating Effects of Viral Marketing on Consumer's Purchasing Decision (Case Study: The Students of The Administrative Sciences College- Najran University)*, 5(4):61-71.

Harinaldi. 2005. *Prinsip-Prinsip Statistik untuk Teknik dan Sains.* Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kartajaya, Hermawan dan Tim Redaksi Masketeers. 2017. *Citizen 4.0.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, P. 1980. *Marketing Management : Analysis, Planning, and Control. 4th Ed.* Prentice- Hall, Inc. London.

Kotler, Philip dan, Garry Armstrong. 2012. *Principles of Marketing.* New Jersey: Pearson.

Kotler, Philip dan, Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2.* Jakarta: Erlangga.

Lee, Hsiang-Ming, Ching-Chi Lee, dan Chou-Chen Wu. 2011. *Brand Image Strategy Affects Brand Equity after M&A*. Dalam *Journal of Marketing*, Vol.45 No.7/8, pp.1091-1111.

Margono. 2004. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Maryuliana, Imam Much Ibnu Subroto, dan Sam Farisa Chairul Haviana. 2016. *Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert*. Dalam *Jurnal Transistor Elektro dan Informatika (TRANSISTOR EI)*, Vol.1, No.2.

Muala, AA. 2018. *Influence of Viral Marketing Indikatorons on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurants in Jordan*. Dalam *Journal of Management and Sustainability*, 8(1):149- 155.

Mudrajat, Kuncoro. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga Image.

Muliasari, D. 2019. *The Effect of Product Price and Product Quality on Purchasing Decisions for Samsung Brand Handphones among STIE AAS Surakarta Students*. Dalam *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, Vol.3, No.4.

Nabhan, F dan Enlik, K. 2005. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu..* Dalam *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol.6, No.3.

Narimawati. 2020. *Ragam Analisis Dalam Metode Penelitian (untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*. Yogyakarta : Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).

Nugroho, J.S. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Bandung: Prenada Media.

Rangkuti, F. 2002. *The Power of Brand (Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek)*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ratri, L. 2007. *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.

Ratri, Lutiary Eka. 2007. *Hubungan Antara Citra Merek Operator Seluler dengan*

*Loyalitas Merek pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Semarang : Universitas Diponegoro.*

Rosandi, S. 2014. *Pengaruh Citra Merek dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra (Studi pada Cafetaria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya)*. Dalam *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol.2, No.2.

Saeseiso, S. 2016. *Factors Affecting Buying Decision of Pearl Milk Tea in Bangkok*. *SSRU Graduate Studies Journal*, 2(1) : 11-21.

Sarwono, J., dan Narimawati, U. 2015. *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Sawaftah, DA., Calicioglu, C dan Awadallah, RI. 2020. *The relationship between viral marketing and consumer purchase intention, the moderator role of brand image and age: Evidence from smartphone users in North Cyprus*. *Management Science Letters*, 10(6):1307-1320.

Sembiring, BKF dan Ananda, S. 2019. *The Effect of Viral Marketing and Customer Trust on Online Shop Purchase Decisions Based on Application In Faculty of Economic and Business Universitas Sumatera Utara*. Dalam *The 1st Multi-Disciplinary International conference University Of Asahan 2019*, 360-373.

Singarimbun, M., dan Effendi, S. 1987. *Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian, dalam Djamaludin Ancok ed. Metode Penelitian Survei*, 122-124. Jakarta: Penerbit LP3S.

Solomon, M., Gregg W Marshall, dan ElNora W Stuart, 2018. *Marketing, Real People Real Choices, 9th ed*. New Jersey: Pearson Education Inc.

Stanlie, I., dan Pardede, M. 2019. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis Merek Bango*. Dalam *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, Vol.13, No.2.

Stanton, W.J. 1978. *Fundamentals of Marketing. 5th Ed*. Kogakusha, McGraw-Hill Book Company. Tokyo.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan kuantitatif, kualitatif*

*dan R&D*). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Afabeta.

Sunarsi, D. 2020. *The Influence of Product Mix , Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang*. Dalam *Jurnal PINISI Discretion Review*, Vol.1, No.1.

Supranto, J. 2000. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.

Syarif, I. 2008. *Penilaian Konsumen terhadap Beberapa Atribut Dua Jenis Rokok Produk Sampoerna*. Dalam *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol.8, No.2.

Tinambunan, E.C., Arine, F.S., dan Nurmalatipah, H. 2020. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Milenial Terhadap Boba vs Kopi di Kota Medan*. Dalam *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol.1, No.2.

Tjiptono. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Veronica, M.T., dan Ibnu, M. 2020. *Minuman Kekinian di Kalangan Mahasiswa Depok dan Jakarta*. Dalam *Indonesian Jurnal of Health Development*, Vol.2, No.2.

Yang, H. 2018. *Study on Consumption Behavior of Milk Tea Based on the Customer Value Theory -- Taking "A Little Tea" in Shenzhen as an Example*. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 236:98-505.