

## DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2019, Oktober 3). *Industri Minuman Tumbuh Lampau 22%, Kinerjanya Terus Dipacu Lewat Inovasi*. Retrieved from Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <https://kemenperin.go.id/artikel/21118/Industri-Minuman-Tumbuh-Lampau-22,-Kinerjanya-Terus-Dipacu-lewat-Inovasi>
- Admin. (2022). *Top Brand For Gen-Z Index 2022*. Retrieved from Top Brand Award: [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=chatime](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=chatime)
- Adnan, Mukhlis Yunus, Muhammad Adam, Hafasnuddin. (2019). The Effect Of Product Quality, Brand Image, Price, And Avertising On Purchase Decision And Its Impact On Customer Loyalty Of Morinaga Milk In Aceh. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 237-238.
- Ahdiat, A. (2022, September 28). *Mayoritas Warga RI Sering Konsumsi Makanan dan Minuman Manis*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/28/mayoritas-warga-ri-sering-konsumsi-makanan-dan-minuman-manis#:~:text=Menurut%20data%20Risesdas%20tahun%202018,dari%203%20kali%20per%20bulan>.
- Ahmad Nurhadi, Mahnun Mas'adi. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giant Dept Store Cabang Cilandak Jakarta. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 116-118.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, E. D. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Smartphone Iphone*. Retrieved from Open Library Telkom University: <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/179694/slug/pengaruh-citra-merek-kualitas-produk-harga-dan-promosi-terhadap-loyalitas-pelanggan-melalui-kepuasan-pelanggan-smartphone-iphone.html>
- Andi Hidayat, Solihin Mattalatta, Muhammad Nurhadi NP, Sofyan Hamid Indar. (2020). Purchase Decisions: Brand Image and Product Quality. *YUME: Journal of Management*, 44-50.
- Angela, D. (2022, September 01). *Indonesia Negara paling Doyan Boba di Asia Tenggara 2022*. Retrieved from GoodStats: <https://goodstats.id/article/indonesia-negara-paling-doyan-boba-di-asia-tenggara-2022-bw796>
- Angelia, D. (2022, September 01). *Indonesia Negara Paling Doyan Boba di Asia Tengga 2022*. Retrieved from GoodStats: <https://goodstats.id/article/indonesia-negara-paling-doyan-boba-di-asia-tenggara-2022-bw796>

- Angelia, D. (2022, Juni 22). *Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik*. Retrieved from Good Stats: <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>
- Aulia, M. Y. (2022, November 03). *Menu Chatime dan Pilihan Toppingnya, Lihat Dulu Sebelum Pesan!* Retrieved from Tokopedia: [https://www.tokopedia.com/blog/menu-chatime-tvl/?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic](https://www.tokopedia.com/blog/menu-chatime-tvl/?utm_source=google&utm_medium=organic)
- Bayu Bagas Hapsoro, Wildan Ainul Hafidh. (2018). The Influence Of Product Quality, Brand Image On Purchasing Decisions Through Brand Trust As Mediating Variable. *Management Analysis Journal*, 529-531.
- Chatime*. (2022, Oktober 29). Retrieved from Chatime: <https://chatime.co.id/aboutus>
- Cinthy. (2020, Maret 19). *Pengertian Loyalitas Pelanggan dan 10 Tips Efektif untuk Meningkatkan*. Retrieved from Accurate: <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-dan-tips-meningkatkan-loyalitas-pelanggan/>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting Institute.
- Dian Cita Sari, Aditya Wardhana, Arfah, Muhammad Darwin, Eman Sulaiman, Ginanjar Rahmawan, Muh. Ridwan, Sri Hastutik, Hendra Poltak, dan Suwandi S. Sangadji. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Didin Fatihudin, Mochamad Mochklas, Dika Arista Suryati. (2020). The Effect of Brand Image Perception and Product Quality Toward the Interest to Buy Consumer Pre-Pay IM3 Ooredoo. *Advances in Social Science, Education, and Humanities Research*, 53-54.
- Dihni, V. A. (2022, Juni 21). *Rata-Rata pengeluaran Konsumsi Bulanan Masyarakat Indonesia*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/21/berapa-rata-rata-pengeluaran-konsumsi-masyarakat-tiap-bulan>
- Dinisari, M. C. (2020, Mei 22). *Strategi Bisnis di tengah Pandemi, CHatime Buka Kanal Penjualan Online*. Retrieved from Entrepreneur Bisnis: <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200522/52/1243960/strategi-bisnis-di-tengah-pandemi-chatime-buka-kanal-penjualan-online>
- Dinisari, M. C. (2020, Mei 22). *Strategi Bisnis di Tengah Pandemi, Chatime Buka Kanal Penjualan Online Artikel ini telah tayang di Bisnis.com dengan judul "Strategi Bisnis di Tengah Pandemi, Chatime Buka Kanal Penjualan Online", Klik selengkapnya di sini: https://entrepreneur.bisnis.com*. Retrieved from Entrepreneur Bisnis: <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200522/52/1243960/strategi-bisnis-di-tengah-pandemi-chatime-buka-kanal-penjualan-online>

- Dwi Agung Wicaksono, Hadi Sumarsono, Adi Santoso. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain. *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 81-89.
- Dwi Agung Wicaksono, Hadi Sumarsono, Adi Santoso. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain. *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 81-89.
- Eka Hendrayani, Wahyunita Sitingjak, Gusti Putu Eka Kusuma, David Ahmad Yani, Ni Nyoman Kerti Yasa, Teti Chandrayanti, Voettie Wardhana, Roeskani Sinaga, Nur Hilal. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Fandy Tjiptono, Anastasia Diana. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fandy Tjiptono, Anstasia Diana. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Farid Firmansyah, Rudy Haryanto. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Fujiana, M. (2021, November 17). *Tertarik Bisnis Yang Brandingnya Sudah Kuat? Jadi Mitra Franchise Chatime Indonesia Aja!* Retrieved from Vocasia: <https://vocasia.id/blog/cara-franchise-chatime/>
- Ganyang, M. T. (2019). Pembentukan Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Merek. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 781-790.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Programm IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafil, M. (2021, Juli 01). *Rencana Pengembangan Kawasan bandung Raya Harus Matang*. Retrieved from Republika: <https://www.republika.co.id/berita/qvju03430/rencana-pengembangan-kawasan-bandung-raya-harus-matang>
- Haliza, J. N. (2021). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Apple Iphone Di Indonesia*. Retrieved from Open Library Telkom University: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/169353/slug/analisis-pengaruh-citra-merek-kualitas-produk-dan-harga-terhadap-loyalitas-pelanggan-pada-apple-iphone-di-indonesia.html>
- Hendy Ferdiansyah, Muhammad Fauzan Azhmy, Aulia Arief Nasution. (2022). Pengaruh Brand Imagedan Product Quality terhadap Brand Loyalty dimediasi Brandtrust. *JEBIDI (Jurnal Ekonomi Bisnis Digital)*, 118.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: Raja Grafindo.

- I G. A. Pt. Riana Pramesti Dewi, Ni Wayan Ekawati. (2019). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen*, 2722-2752.
- Ike Venessa, Zainul Arifin. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 45.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Konsumen*. Surabaya: Unitomo.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Irwanto, Laurensia Retno Hariatiningsih. (2019). Aktivitas Santap dan Minum Generasi Z pada Media Sosial Instagram. *Media Tor*, 141-154.
- Jonathan Caesar Putra, Ricky Talumantak. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeliandi Kopi Kenangan Kota Kasablanka. *Akselerasi: Jurnal Ilmiah Nasional*, 27-29.
- Kusumawardhani, N. Q. (2020, Januari 07). *Studi: Perempuan Lebih Banyak Konsumsi Gula Tambahan*. Retrieved from Republika: <https://ameera.republika.co.id/berita/gaya-hidup/info-sehat/20/01/07/q3q94o463-studi-perempuan-lebih-banyak-konsumsi-gula-tambahan>
- La Ode Sugianto, Titin Eka Ardiansa, Diana Pramudya Wardhani. (2021). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Consumer Purchase Decisions (Case Study On The Adidas Brand In Siman Ponorogo Sub-District). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 58.
- Leon Schiffman, Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- LImanseto, H. (2021, Oktober 10). *Terjaganya Pertumbuhan Ekonomi dan Terkendalinya Pandemi Covid-19 Menjadi Bukti Tepatnya Kebijakan dan Program Pemerintah*. Retrieved from Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3388/terjaganya-pertumbuhan-ekonomi-dan-terkendalinya-pandemi-COVID-19-menjadi-bukti-tepatnya-kebijakan-dan-program-pemerintah>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Malkhan Arifin Hakim, Heru Suprihhadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Hargadan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Jokopi Cabang Dinoyo Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 2-5.
- Marcus Garvey Orji, Bello Sabo, Muktar Y. Abubakar, Abubakar D. Usman. (2017). Impact of Personality Factors on Consumer Buying Behavior Towards Textile Materials in South Eastern Nigeria. *International Journal of Business and economics research*, 7-18.

- Monika, C. (2021). *Pengaruh Program Membership Terhadap Loyalitas Pelanggan di Chatime Bandung*. Retrieved from Open Library Telkom University: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/166369/slug/pengaruh-program-membership-terhadap-loyalitas-pelanggan-di-chatime-bandung.html>
- Nugraha, I. A. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk ZARA*. Retrieved from Open Library Telkom University: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/182699/slug/pengaruh-citra-merek-dan-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-konsumen-pada-produk-zara.html>
- Nugraha, I. A. (2022). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Zara*. Retrieved from Open Library Telkom University: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/182699/slug/pengaruh-citra-merek-dan-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-konsumen-pada-produk-zara.html>
- Nurfalah, F. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Pada Mahasiswa Kota Bandung*. Retrieved from Open Library Telkom University: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/176024/slug/pengaruh-bauran-pemasaran-terhadap-keputusan-pembelian-chatime-pada-mahasiswa-kota-bandung.html>
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing*. New Jersey: Global Edition.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (2016). *Marketing an Introducing (15th edition)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1, Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Primanita, S. (2018, November 4). *Perempuan dan Geliat e-Commerce di Indonesia*. Retrieved from Perpi: <https://www.perpi.or.id/post/perempuan-dan-geliat-e-commerce-di-indonesia>
- Purwantinah, A. (2021). *Pengelolaan Bisnis*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Putri, N. M. (2022). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Ms Glow*. Retrieved from Open Library Telkom University: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/182948/slug/pengaruh-citra-merek-terhadap-loyalitas-pelanggan-ms-glow.html>
- Radityasari, P. Y. (2018). *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike*. Retrieved from Repository

Universitas Sanata Dharma:  
[https://repository.usd.ac.id/31168/2/122214080\\_full.pdf](https://repository.usd.ac.id/31168/2/122214080_full.pdf)

- Rahmawati. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman.
- Resmawati, R. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Kepercayaan Pelanggan Dan Nilai Terhadap Niat Beli Ulang Produk Sabun Mandi Antiseptik Lifebuoy*. Retrieved from Open Library telkom University: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/182866/slug/pengaruh-citra-merek-harga-kepercayaan-pelanggan-dan-nilai-terhadap-niat-beli-ulang-produk-sabun-mandi-antiseptik-lifebuoy.html>
- Rizaty, M. A. (2021, Agustus 23). *Terbanyak Nasional, Jumlah UMK Makanan dan Minuman Jawa Barat Capai 791,4 Ribu*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/23/terbanyak-nasional-jumlah-umk-makanan-dan-minuman-jawa-barat-capai-7914-ribu>
- Salsabilla, A. (2022). *Analisis Dampak Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Perceived Value Pada Kosmetik Wardah Di Indonesia*. Retrieved from Open Library Telkom University: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/179764/slug/analisis-dampak-citra-merek-dan-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-melalui-perceived-value-pada-kosmetik-wardah-di-indonesia.html>
- Sasmita, M. H. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mobil Hybrid Toyota Dimasa Pandemi*. Retrieved from Open Library Telkom University: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/168803/slug/pengaruh-citra-merek-harga-dan-kualitas-produk-terhadap-minat-beli-mobil-hybrid-toyota-dimasa-pandemi.html>
- Savarini, M. P. (2021). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Indonesia*. Retrieved from Open Library Telkom University: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/169632/slug/pengaruh-citra-merek-dan-harga-terhadap-keputusan-pembelian-produk-the-body-shop-di-indonesia.html>
- Setya, D. (2019, Desember 31). *Jadi Minuman Paling Viral di 2019, Begini Sejarah Terciptanya Minuman Boba*. Retrieved from Detik Food: <https://food.detik.com/info-kuliner/d-4840752/jadi-minuman-paling-viral-di-2019-begini-sejarah-terciptanya-minuman-boba>
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Surabaya: CV. Pustaka Abadi.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Methode (Edisi kedua)*. Depok: Raja Grafindo.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukaini, A. K. (2022). The Effect of Brand Image and Advertisement on Consumer Buying Behavior in Iraq. *World Bulletin of Management and Law (WBML)*, 190-192.
- Sukri, S. A. (2020). *Basic Marketing Strategy: Konsep Marketing Mix dan Ekuitas Merek*. Lombok: Forum Pemuda Aswaja.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi.
- Suri Amilia, M. Oloan Asmara Nst. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomidi Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 661-665.
- Tjahjono Djatmiko, Rezza Pradana. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia - Social and Behavioral Science*, 221-227.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yuniarto, T. (2022, Mei 28). *Potret Gaya Hidup dan Konsumsi Masyarakat Kontemporer*. Retrieved from Kompas Pedia: [https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/potret-gaya-hidup-dan-konsumsi-masyarakat-kontemporer?track\\_source=kompaspedia-paywall&track\\_medium=login-paywall&track\\_content=https%3A%2F%2Fkompaspedia.kompas.id%2Fbaca%2Fpaparan-topik%2Fpotret-gaya-hidup](https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/potret-gaya-hidup-dan-konsumsi-masyarakat-kontemporer?track_source=kompaspedia-paywall&track_medium=login-paywall&track_content=https%3A%2F%2Fkompaspedia.kompas.id%2Fbaca%2Fpaparan-topik%2Fpotret-gaya-hidup)
- Yusuf. (2020). Pengaruh Iklan Di Media Televisi Terhadap Kesadaran Merek (Brand Awareness) : GEN-Z: Kesadaran Merek Lewat Jebakan Periklanan. *Equity: Jurnal Ekonomi*, 1-13.
- Zahra, A. (2021, Mei 28). *10 Franchise Minuman Terlaris di Indonesia*. Retrieved from IDN Times: <https://www.idntimes.com/business/finance/ainal-zahra-1/10-franchise-minuman-terlaris-di-indonesia>