



Daftar Pustaka

- Aji, H. M. (2019). *Manajemen Pemasaran Syariah: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Amelia, Y., & Hartiningtyas, L. (2022). *Pengaruh Cita Rasa, Kemasan Produk, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Di DZA Luxury Taste Donomulyo Malang*.
<https://journal.unigres.ac.id/index.php/GemaEkonomi/article/download/1985/1417>
- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*.
<https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213>
- Amirullah. (2021). *Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Anifin, S. (2019). *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arpin, Z. (2021). *Marketing Management*. Yogyakarta: Deepublish Publsiher.
- Databoks. (2022). *Seberapa Sering Konsumen Minum Boba, Es Kopi, dan Es Teh Kekinian*, diakses pada 16 Desember 2022,
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/17/seberapa-sering-konsumen-minum-boba-es-kopi-dan-es-teh-kekinian>
- Dilasari, E. M., & Yosita, G. (2022). *Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung*. 3(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Elfira, R. D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Indosat Pascabayar di Kelapa Gading Jakarta Utara*.
<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/2007/>
- Fakhr, R. (2020). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Lautan Rezeki Pekabaru. Eko Dan Bisnis (Riset Economic and Business Review)*, 11(3), 256–261. <https://ekobis.stieriau-akbar.ac.id/index.php/Ekobis/article/view/283/279>
- Fasya, D. A., & Rahwana, K. A. (2020). *Pengaruh Kemasan dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Mie Instan Indomie. Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(2), 167–176. <https://doi.org/10.36423/jumper.v2i2.669>
- Faza, M. A. (2018). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli melalui Citra Merek*. 53(9), 1689–1699.
https://eprints.uny.ac.id/61657/1/MuhammadAqsathFaza_14808144021.pdf
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Goodstats. (2022). *Mengenal 7 Minuman Boba Favorit Masyarakat Indonesia 2022*, diakses pada 16 Desember 2022, <https://goodstats.id/article/mengenal-7-minuman-boba-favorit-masyarakat-indonesia-2022-kTc6E>

Gracia, M. (2020). *Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Pembelian Kembali konsumen Go Food Jakarta*. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/841/>

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Andover. Hampshire, United Kingdom. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>

Haus Indonesia. (2022). *Logo Haus Indonesia*, diakses pada 11 Februari 2023, <https://haus.co.id/>

Herianto, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Alfamart di Sunter*. 24(2), 134–144. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1758/>

Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). *Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken*. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(01), 103–113. <https://doi.org/10.29040/jie.v4i01.822>

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (unitomo pr). Surabaya: unitomo press.

Indrayani, P., & Syarifah, T. (2020). *Pengaruh Harga, Cita Rasa dan lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kue Pia Fatimah Azzahra Di Kecamatan Tanjung Tiram*. <http://jurnal.una.ac.id/index.php/mes/article/view/1417>

Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Ambar Sri Lestari, Denok Wahyudi Setyo Rahayu, M. B., & Hayati Nupus, Imanuddin Hasbi, Elvera, D. T. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada.

Iswantoro, Antoni, M. E. (2020). *Manajemen pemasaran jasa pendidikan* (S. Muklas, Irwanto (Ed.)). CV. Jendela Sastra Indonesia Press.

Instagram. (2022). *Iklan Promosi Penjualan Haus di Jakarta Tahun 2021-2022*, diakses pada 16 Desember 2022, <https://www.instagram.com/haus.indonesia/channel/?hl=id>

Jamal, A., & Busman, S. A. (2021). *Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat Di Kabupaten Sumbawa*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 27–34. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/1301>

Jaya, I. M. M. L. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant.

Kristoforus, A. (2017). *Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Layanan Terhadap*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keputusan Pembelian Di Superindo Sunter Jakarta Utara.
<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/2389/>

Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.

Masitoh, R. D. S., & Sri W H, M. A. (2022). *Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Crispi Jamur Bobby'z di Desa Sukorejo Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung*. 5(2), 80–91. <https://doi.org/10.52166/adilla.v5i2.3268>

Meldani, Eti Arini, Y. T. A. (2020). *Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*.
<http://jurnal.umb.ac.id/index.php/jems/article/view/918>

Mutiara, Sri, Hamid, Rahmad, Suardi, ahmad. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen*.
<https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/300>

Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Malcolm Goodman, D. M. B. (2019). *Marketing Management*. European Edition Pearson Education.

Pergikuliner. (2022). *Review Pelanggan Haus Pergi kuliner Di Jakarta tahun 2022*, diakses 16 Desember 2022,

<https://pergikuliner.com/restaurants/jakarta/haus-latumenten>
<https://pergikuliner.com/restaurants/jakarta/haus-thamrin>
<https://pergikuliner.com/restaurants/jakarta/haus-kebon-jeruk>

Sekaran, U., dan Roger, B. (2017a). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Edisi 6). Buku 1, cetakan kedua, Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2017.

Sekaran, U., & Roger, B. (2017b). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Edisi 6). Buku 2, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.

Setiawan, B. (2021). *Pengaruh citra merek dan promosi penjualan terhadap minat beli kembali kopi kenangan*. 1–13. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/3571/10/resume.pdf>

Sihombing, Iwan Kesuma dan Dewi, I. S. (2019). *Pemasaran Dan Manajemen Pasar Sebuah Analisis Perspektif Terhadap Minat Beli Dan Kepuasan Konsumen*.

Suryanto, Mikael Hang. (2019). *Manajemen Pengambilan Keputusan: Saluran Distribusi*. Penerbit Deepublish. Yogyakarta.

Suwandi. (2017). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Winata, G. K. (2017). *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR Sony Alpha Di Jakarta*.
<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1745/>

Zulkarnain, M. A. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen took buku Togamas Petra Surabaya)*. 6, 1-7. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/22378>

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.