

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, R. F. (2024). *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Strategi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Pada Brand Minuman Haus ! 2*, 207–212.
- Angelia, Diva. (2022). 5 Minuman Kekinian Favorit Masyarakat, Ada Esteh Indonesia. <https://goodstats.id/article/5-minuman-kekinian-favorit-masyarakat-indonesia-2022-ada-esteh-indonesia-dd6f8> (Diakses 30 Oktober 2023)
- Anggriyani, Dewi. (2022). Haus: Berawal Dari Satu, Kini Membuka Ratusan Cabang. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/haus-berawal-dari-satu-kini-membuka-ratusan-cabang/> (Diakses 29 Oktober 2023)
- Annur, Cindy M. (2022). Konsumen Minuman Kekinian Paling Banyak dari Generasi Milenial. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/17/konsumen-minuman-kekinian-paling-banyak-dari-generasi-milenial> (Diakses 29 Oktober 2023)
- Aprilyani, Jane. (2022). Haus! Catat Pertumbuhan Penjualan Mengesankan, Hingga 73%. https://industri.kontan.co.id/news/haus-catat-pertumbuhan-penjualan-mengesankan-hingga-73#google_vignette (Diakses 30 Oktober 2023).
- Aristyani, I. A. R., & Yasa, N. N. K. (2013). Perbandingan Brand Equity Produk Shampoo Merek Sunsilk Dengan Merek Pantene. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 15(2), 179–189. <https://doi.org/10.9744/jmk.15.2.179-190>
- Ariyanto, Aris, Bangun, Rejeki, Indillah, Muhammad R. M., Trenggana, Arlin F. M., Sholihah, Dienni R., Ariyanti, Maya, et al. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Astutik, Yuni. (2019). Penjualan Bubble Tea Lewat GrabFood Naik 31 Kali Lipat. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190430132514-37-69686/penjualan-bubble-tea-lewat-grabfood-naik-31-kali-lipat> (Diakses 30 Oktober 2023)
- Baihaqqi, M. Imam. (2021). Analisis Komparasi Brand Equity Produk Smartphone Merek Oppo dan Xiaomi (Studi pada Konsumen di Plaza Marina Surabaya). (Skripsi UPN Veteran Jawa Timur).
- Cahyono, A. P. A., Andayani, S., & Pujiyanto, A. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Sales Promotion, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Minuman Haus Nginden Semolo Sukolilo Surabaya. *Seminar Nasional Hasil Skripsi*, 1(1), 161–165.

- David, Hartono, Fernando, & Winata, H. (2024). Perbandingan Kepuasan Konsumen Terhadap 3 Minuman Kekinian di Medan (KOI,CHATIME,KOPKEN). *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 318–328.
- Echdar, S. 2017. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Surabaya Yudhistira Ghalia Indonesia.
- Fahlefi, D. Ri., & Indriastuti, A. (2019). Pengaruh Kesadaran Merk, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo Pada Angkasa Cell Di Kabupaten Blora. In *Jurnal Stie Semarang* (Vol. 11, Issue 1, pp. 38–51). <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v11i1.337>
- Hakim, N., Suwandari, L., & Nawarini, A. T. (2020). The Influence of Quality Perception, Price Fairness, Brand Experience, and Accessibility to Repurchase Interest (Study on Consumer Chatime in Purwokerto). *Soedirman Economics Education Journal*, 22(1), 28–38. <https://doi.org/10.32424/1.jame.2020.22.1.2818>
- Hasanah, U. (2019). *Komparasi Ekuitas Merek Indomie Dan Mie Sedaap* (Issue 2011, pp. 302–308). <http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/6511>
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Brand Operation*. Jakarta : Esensi Erlangga Group.
- Kawan Lama Group. (2022). Chatime. <https://www.kawanlamagroup.com/brand/chatime#:~:text=Hadir%20di%20Indonesia%20sejak%20tahun,take%20away%2C%20dan%20online%20delivery.> (Diakses 29 Oktober 2023)
- Khoirunnisa, Jihaan. (2022). Airlangga Sebut 'Minuman Kekinian' Pacu Pertumbuhan Industri Mamin. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5995296/airlangga-sebut-minuman-kekinian-pacu-pertumbuhan-industri-mamin.> (Diakses 2 November 2023)
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua* Belas Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2021. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Kusuma, A. A., Wahab, Z., & Widad, A. (2015). The Influence of Brand Association and Brand Perceived Quality on Consumer Loyalty at “Chatime” Tea Beverages in Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 1, 13–22.

- Laras, Arlina. (2023). Intip Potensi Bisnis Minuman Kekinian F&B Lokal. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20230609/263/1663916/intip-potensi-bisnis-minuman-kekinian-fb-lokal> (Diakses 29 Oktober 2023)
- Marshall, Greg W & Johnston, Mark W. 2019. *Marketing Management*. New York: McGraw-Hill Education.
- Mukminin, Aisyah U. (2023). Wajib Tahu : Berikut Kategori Umur Menurut WHO dan Menkes, Simak Selengkapnya di Sini. <https://www.jatitimes.com/news/552947319/wajib-tahu-berikut-kategori-umur-menurut-who-dan-menkes-simak-selengkapnya-di-sini> (Diakses pada 23 Maret 2024).
- Oktaviani, A. P. R & Nurhadi, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Chatime Di Bintaro Jaya Xchange Mall*. 1(2), 257–267.
- OurStory.id. (2022). Sejarah Waralaba Chatime Starbucks dari Asia. <https://ourstory.id/sejarah-waralaba-chatime-starbucks-dari-asia/> (Diakses 29 Oktober 2023)
- Pramana, P. M., & Aksari, N. M. A. (2018). Analisis Perbandingan Brand Equity Indocafe Dan Goodday. In *E-Journal Manajemen Unud*, V (Vol. 7, Issue 9, pp. 1–28).
- Rivaldo, Y., Wibowo, E. A., Hasibuan, R., Anggraini, D., & Arnesih. (2021). Analisis Dampak Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan. In *urnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (JMOB)* (Vol. 1, Issue 2, pp. 149–157).
- Rizaty, Monavia A. (2022). Indonesia Jadi Pasar Bubble Tea Terbesar di Asia Tenggara. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/indonesia-jadi-pasar-bubble-tea-terbesar-di-asia-tenggara> (Diakses 30 Oktober 2023)
- Saraswati, Ni P. L., Kusuma, I G. N. A. G. E. T., Jodi, I W. G. A. S. (2022) Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada Produk Minuman Chatime di Kota Gianyar. *VALUES*, 3(3), 703-715.
- Sari, Ayutia N. (2022). Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalat/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html> (Diakses 29 Oktober 2023)
- Sari, Ela Ulan (2019) *Komparasi Brand Equity Sepatu Nike Dan Converse Di Kota Jember*. Undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Jember.

- Setyaningrum, Ari, Udaya, Jusuf, & Efendi. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Shariq, M. (2018). Brand Equity - A Literature Review. *International Research Journal of Management and Commerce*, 5(3). 312-330. <https://www.researchgate.net/publication/326302689>.
- Stefanie, & Hasan, G. (2023). The Effect Of Service Quality, Perceived Value, Brand Image, Price Fairness And Trust On Brand Loyalty In Boba Drinks In Batam City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 657–672. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Sudayo, T., & Saefuloh, D. (2019). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Studi Kasus : Merek Nokia. In *Proceeding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, Issue 1, pp. 841–850). <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/1504>
- Suherman, J. (2018). Pemetaan Kesadaran Merek Minuman Kesehatan Yakult Di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis*, 3(1), 17-29.
- Susanto, A. B & Wijanarko, Himawan. (2004). Power Branding: Pembangunan Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. Jakarta: PT Mizan Publika.
- Tim Dream. (2023). Bidik 300 Gerai Baru di 2023, Startup Haus! Mulai Kembangkan Aplikasi Sendiri. <https://www.dream.co.id/dinar/strategi-bisnis-startup-haus-yang-dapat-investasi-dari-bri-ventures-us2-juta-221-gerai-menjamur-tanp.html> (Diakses 29 Oktober 2023)
- Tim Pearl Lemon. (2023). Bubble Tea Consumer Demographics: Market Trends Unveiled. <https://pearllemonboba.com/bubble-tea-consumer-demographics/> (Diakses 29 Oktober 2023)
- Tjiptono, Fandy & Diana, Anastasia. 2016. Pemasaran: Esensi & Aplikasi. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wahayu, Nataza D. (2019) Komparasi Ekuitas Merek Produk Wardah Kosmetik dan Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Jember.