

## DAFTAR PUSTAKA

- 1000logos. (2025). *Logo Chatime*. Diambil kembali dari 1000LOGOS:  
<https://1000logos.net/chatime-logo/>
- Afifah, L., Asiyah, S., & Wahyuningtiyas, N. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing, Ewom Dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Skincare The Originote (Studi Kasus Pada Konsumen Lowokwaru, Kota Malang)*.
- Andrian, Putra, C. I., Jumawan, & Nursal, M. (2022). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Rena Cipta Mandiri.
- Angelia, D. (2022, September 1). *Indonesia Negara Paling Doyan Boba di Asia Tenggara 2022*. Diambil kembali dari GoodsStats:  
<https://goodstats.id/article/indonesia-negara-paling-doyan-boba-di-asia-tenggara-2022-bw796>
- Angelia, D. (2022). *Mengenal 7 Minuman Boba Favorit Masyarakat Indonesia 2022*. Diambil kembali dari GoodStats:  
<https://goodstats.id/article/mengenal-7-minuman-boba-favorit-masyarakat-indonesia-2022-kTc6E>
- Arianto, B., & Rani. (2024). *Pemasaran Media Sosial*. Serang: Borneo Novelty Publishing.
- Atmaja, S., Perwithasari, R., Hadi, H. S., & Rosidawaty. (2024). *Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Gelato (Studi Kasus Pelanggan Ilvero)*.
- Ayesha, I., Pratama, I. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusranto, T., . . . Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- BPSKotaSurabaya. (2024). *Statistik Daerah Kota Surabaya 2024*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik Kota Surabaya:  
<https://surabayakota.bps.go.id/id/publication/2025/08/22/b1949885c07f51b08577ba15/statistik-daerah-kota-surabaya-2025.html>
- Damayanti, D., Wahyuningtyas, Y. F., Asteria, B., Nugroho, M. A., Assery, S., Fajar, M. N., . . . Risdiyanti, F. D. (2023). *Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen*. STIE Widya Wiwaha.

- Datareportal. (2025). *Global Social Media Statistics*. Diambil kembali dari Datareportal: <https://datareportal.com/social-media-users>
- Dewi, E. K., Salehawati, N., & Susanto, E. (2023). *Manajemen Pemasaran Produk*. Sulur Pustaka.
- Erislan. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital*. Mitra Ilmu.
- Fitriana, A. I., Febrianto, H. G., & Diana, M. (2021). *Analisis Likuiditas dan Solvabilitas Terhadap Efisiensi Kinerja Keuangan pada Perusahaan Food and Beverage di BEI*.
- Hamidah, Z., Pudyaningsih, A. R., & Wahyuni, H. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare NPURE di Kota Pasuruan*.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Penerbit Pustaka Ilmu.
- Hasniaty, Harto, B., Istiono, W., Munawar, Z., Wawuruntu, A., Hapsari, M. T., . . . Permana, A. A. (2023). *SOCIAL MEDIA MARKETING*. Padang: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif; Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda*. Penerbit Lakeisha.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., . . . Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Janah, M., Haryanti, I., & Ernawati, S. (2023). *Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Foodbox Kota Bima*.
- KawanLamaGroup. (2022). *Chatime*. Diambil kembali dari Kawan Lama Group: <https://www.kawanlamagroup.com/brand/chatime>
- Khotimah, I., & Sulistyowati, R. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) di Media Sosial terhadap Minat dan Keputusan Berkunjung di Surabaya (Studi pada Wisatawan yang Pernah Mengunjungi Wisata Sejarah Surabaya)*. Volume 10 No 1.

- Kumar, K., & Mishra, P. (2024). *The Dynamic Role of Customer Experience in Shaping the Social Media Marketing-Purchase Intention Relationship: An S-O-R Perspective*. 24(12).
- Lemon, Katherine, N., Verhoef, & Peter, C. (2020). *Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey*.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif. Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta .
- Nurhasanah, N., & Kanda, A. (2024). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Masyarakat*. 2.
- Pasaribu, S., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Banten: Penerbit Media Edu Pustaka.
- Prayoga, Y., & Pohan, M. Y. (2022). *Electronic Word of Mouth (eWOM): Menguji Pengaruh Pengalaman Positif, Persepsi kualitas dan Kepercayaan. Studi Kasus: Restoran di Labuhanbatu*.
- Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *Perilaku Konsumen*. CV. Penerbit Anugrah Jaya.
- Rahmawati, A. R. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J.Co Donuts and Coffe kota Samarinda*.
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., . . . Tawil, M. R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. CV. Gita Lentera.
- Ritonga, W. (2020). *Pemasaran*. PT. Muara Karya (Anggota IKAPI).
- Rizkiyah, W. N., Rachmawati, D. L., & Ghifary, M. (2025). *Pengaruh eWOM, Brand Image, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Produk di Eiger Kota Pasuruan*.
- Rokima, F., Basalamah, M., & Arsyianto, M. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian Varian Chatime di Malang (Studi Kasus pada Mahaiswa Manajemen Universitas Islam Malang)*.

- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Selvia, D., & Deliana, Y. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik di Warung 1000 Kebun Bandung*.
- Sinaga, B. A., & Sulistiono. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger*.
- Soesana, A., Subakti, H., Kurwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., . . . Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Soviyanti, E., & Khairani, Z. (2024). *Manajemen Pemasaran*. LPPM Unilak.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta CV.
- Suhartini, Haeril, Afiati, L., Awaluddin, Iradat, M. I., Mustafa, . . . Lazuardi, B. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Lajagoe Pustaka.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UIR PRESS .
- Suparta, K., & Bertuah, E. (2025). *Pengaruh Social Media Marketing dan Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Minuman Merk Chatime Melalui Brand Awareness . Economic Reviews Journal* .
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). *Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image*.
- Taufik, E. R. (2023). *Konsep Inti Manajemen Pemasaran*. Media Edukasi Indonesia (Anggota IKAPI).
- Tungka , D., Thio, M., & Iskandar, V. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia*.
- Tunjungsari, H. K., Nuryakin, R. A., & Ilham, R. (2025). *Customer Experience 5.0 : Meningkatkan Loyalitas di Era Digital* . Takaza Innovatix Labs .
- Widiastuti, A., Karnawati, T. A., & Handoko, Y. (2022). *Customer Experience, Service Quality dan Brand Image Yang Mempengaruhi Kepuasan Peserta Pelatihan Business Wisdom Institute (BWI) Di Indonesia*.

- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M., . . . Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. CV SCIENCE TECHNO DIRECT.
- Wiranata, I. A., Agung, A. P., & Prayoga, I. S. (2020). *Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery Btubulan*.
- Wulansari, A. M., Agung, M., & Roni, M. (2024). *Analisis Social Media Marketing, Integrated Marketing Communication (IMC), dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Chatime di Kota Bandar Lampung)*. Vol 6, No. 4 .
- Yohandi, S., Yuliana, Y., Arwin, Lisa, & Ivone. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang* .
- Yulianto, A., Setiadi, R., Ahmatang, Prihantini, C. I., Mulyanto, & Ramadhan, R. N. (2024). *Manajemen Pemasaran. Pemasaran dalam Perspektif: Memahami Perubahan dan Tantangan* . Universitas Muhadi Setiabudi.