

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandra Fenetta (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention: Brand Loyalty Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* Volume 4 Nomor 6 – Jurusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara.
- Ali Hasan. 2010. *Marketing Dari Mulut Ke Mulut Word Of Mouth Marketing*. Yogyakarta : Media Presindo
- Andre Oliver. *Intip 7 Tren Digital Marketing yang Akan Booming di Tahun 2021*. Retrieved from <https://glints.com/id/lowongan/tren-digital-marketing-2021/#.YUP2plUzbiU> . Diakses pada 23 Februari 2021.
- Aries Susanty dan Najid Bangun Adisaputra (2011). Pengaruh Brand Image Speedy Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kecamatan Banyumanik Semarang. *J@TI Undip*. Vol VI, No.3. September 2011.
- Bambang Winaso. Trikinet.com. *Apa itu TikTok dan apa saja fitur-fiturnya?*, Retrieved from <https://trikinet.com/post/apa/itu/tik-tok/> . Diakses pada 08 Juni 2021.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Camarero, C., & San José, R. (2011). Social and attitudinal determinants of viral marketing dynamics. *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2292–2300. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.07.008>
- databoks.katadata.co.id. (2022, 03 Mei), *Chatime vs Xiboba, Mana yang Lebih Disukai Konsumen?*. Retrieved from <https://www.minews.id/news/mengintip-usaha-boba-yang-bangkit-dari-dampak-pandemi> . Diakses pada 09 Juni 2022
- databoks.katadata.co.id. (2022, 07 Februari), *Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial*, Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/berapa-lama-masyarakat-global-akses-medsos-setiap-hari> . Diakses pada 09 Juni 2022
- Durianto, D. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

- Durianto, D., Sugianto, & Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Edi Sucipto Tanady & Muhammad Fuad (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Volume 9 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta.
- Fisna Ihsan Anshori, Novian Ekawaty, dan Justika Dwi Cahyani (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk J.CO Donuts & Caffe Di Resinda Park Mall Kaeawang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Volume 5, Nomor 2, 2021 – Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit-UNDIP
- grab.com. (2019, 30 April), *Rata-rata setiap orang di Asia Tenggara konsumsi minuman boba*. Retrieved from <https://www.grab.com/id/press/tech-product/demam-bubble-tea-di-grabfood/> . Diakses pada 09 Juni 2022
- Hermawan, K., & Setiawan, I. (2014). *Wow Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Keller, K. L (2013). *Strategic Brand Management, 4th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kim, W.G. dan Kim, H-B. (2004). *Measuring customer-based restaurant brand equity*. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(2), 115-131.
- kompas.com. (2022, 16 Juni), *KULO Group Terapkan Protokol New Normal, Mulai dari Xiboba sampai Pochajjang*. Retrieved from <https://www.kompas.com/food/read/2020/06/16/144400675/kulo-group-terapkan-protokol-new-normal-mulai-dari-xiboba-sampai-pochajjang?page=all#page2> . Diakses pada 09 Juni 2022
- kompas.com. *Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari?*, Retrieved from <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari>. Diakses pada 23 Februari 2021.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2016, *Marketing Management, Global 15th Edition*, Pearson Education, United States.

- McClelland, & Wongweeranonchai, P., (2016), The Influence of Perceived Celebrity Endorser Credibility in Advertising on Purchase Intention of Thai Consumers. *Journal of Communication and Innovation*, 3(2), 115–136.
- minews.id, (2020, 25 Agustus), *Mengintip Usaha Boba yang Bangkit dari Dampak Pandemi*. Retrieved from <https://www.minews.id/news/mengintip-usaha-boba-yang-bangkit-dari-dampak-pandemi> . Diakses pada 09 Juni 2022
- Mochamad Luqman dan Fauzi Nani Fitriani (2021). Efektifitas Pelibatan Selebritas dan Kesadaran Merek dalam Meningkatkan Minat Beli Pelanggan, *Prosiding Seminar Nasional Perbanas Institute*, Vol. 1 No.1, 2021, Perbanas Institute
- Ni Made Arie Ismayanti dan I Wayan Santika (2017), Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Volume 6, Nomor 10 - Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Putu Ratih Arta Eliasari & I Putu Gde Sukaatmadja (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Dimediasi Oleh Perceived Quality Dan Brand Loyalty, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.6, No.12, 2017 – Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali.
- Sasame Coffee. *Franchise Xiboba-Info, Cara Membuka Harga*. Retrieved from <https://www.sasamecoffee.com/franchise/franchise-xiboba/> . Diakses 19 September 2021.
- Septia Dwi Jayanti. 2018. Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Niat Beli Pada Toko Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan “Veteran” Yogyakarta.
- Shahnaz, Nanda Bella Fidanty dan Wahyono, Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online, *Management Analysis Journal*, 2016: 389-399.
- Sofar Silaen. 2018. *Metedologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: IN MEDIA.
- Sri Wiludjeng SP dan Tresna Siti Nurlela (2013). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT “X”. *Proceeding Seminar Nasional Dan Call For Papers Sancall*. Surakarta.

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Terrius Purnomo (2018). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Pada Konsumen Herbalife Di Surabaya. *Jurnal AGORA* Vol 6. No:1, 2018 – Program Manajemen Bisnis, Program Studi manajemen, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- topbrand-award.com, (2022), *Top Brand For Gen-Z Index 2022*. Retrieved from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2022 . Diakses pada 09 Juni 2022
- Venna Melinda Mulyaputri & Sanaji (2021), Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan di Kota Surabaya, *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 9 Nomor 1 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.