

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
- Angeline, C., Suparna, G., & Dana, M. (2023). The Role of Brand Image Mediates The Influence of Promotion on Purchase Decisions. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11, 01-29
- Astuti, I & Anggresta, V. (2022). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee Food di Jakarta Selatan. *Jurnal Usaha*, 3
- Azhari, R & Fachry, M. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pembelian Batik Karawang di Ramayana Mall, Karawang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2, 37-44
- Cahyani, N & Aksari, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smarthphone. *E-Jurnal Manajemen*, 11
- Dairina, L & Sanjaya, V. (2022). Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Merek Converse). *Jurnal Ekonomi Islam*, 7, 118-134
- Desideria, V., & Wardana, I. M. (2020). The role of brand image mediates the effect of promotion on purchasing decision. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4, 192-200
- Dewi, N., Kawiana, I., & dan Wilyadewi, I. (2023). Pengaruh Promosi dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Lazada Indonesia. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3, 2519-2526
- Disperindag DIY. (2022). *Industri Makanan dan Minuman*. Retrived from disperindag: <https://disperindag.jogjaprovo.go.id/industri-makanan-dan-minuman-artikel-02e74f10e0327ad868d138f2b4fdd6f0?utm>
- Gamas, J. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*

- Ghozali, Imam & Latan, Hengky. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 7.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haryono, Endi. (2016). Resensi Buku: "Belajar dari Indonesia untuk Membangun Malaysia". *Populasi*, 24(1), 1–4.
- Hayuningtyas, W., & Widiyanto, I. (2015). Antecedent Kepercayaan dan Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 4, 1-11
- Kawanlamagrup. (2022). *Perjalanan Kawan Lama Group Dalam Mengembangkan Pilar Bisnis Food & Beverage*. Retrived from kawanlamagrup: <https://www.kawanlamagroup.com/article/perjalanan-kawan-lama-group-dalam-mengembangkan-pilar-bisnis-food-beverage>
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). *Kontribusi Industri Makanan dan Minuman Tembus 37,77 Persen*. Retrieved from Kemenperin: <https://www.kemenperin.go.id/artikel/23393/Kontribusi-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tembus-37,77-Persen>
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (9th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2010). *Principles of Marketing* (13th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Laksana, M. (2019). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Machin, David, & Campbell, Michael J. (1989). *Medical Statistics: A Commonsense Approach*. John Wiley & Sons.
- Nugroho, R. (2003). *Public policy*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Consumer behavior and marketing strategy* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Ridwan, Puja (2023). *Statistik Boba Asia Tenggara*. Retrieved from goodstats: <https://goodstats.id/article/statistik-boba-asia-tenggara-C17xW>

- Rizaty, M. A. (2022). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,68% pada Kuartal II/2022*. Retrieved from dataindonesia: <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-368-pada-kuartal-ii2022>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson.
- Setiadi, N. M. (2003). *Pemasaran* (Edisi 2). Andi.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, S., Fristin, F., & Nugraha, A. (2016). *Manajemen pemasaran modern*. Jakarta: Gramedia.
- Tamba, R & Melita, P. (2023). Pengaruh *Brand Image* dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Impor (Studi Kasus pada Produk Uniqlo di Jakarta Utara. *Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 5
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran jasa* (Edisi 2). Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran strategik* (Edisi 3). Andi.
- Widiarso, Joko. (2021). *Rekomendasi 7 Boba Hits dan Kekinian di Jogja*.
Retrieved from jogjatribunnews:
<https://jogja.tribunnews.com/2021/10/27/rekomendasi-7-boba-hits-dan-kekinian-di-jogja>
- Wulandari, E., & Sujono, I. (2024). Pengaruh Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui pada Mahasiswi Universitas BHINNEKA PGRI. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*, 8, 227-238

