

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, D. (2015). Pengaruh Word of Mouth Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PD. Suzuki Talaga. MAKSI, 2(1).
- Afdhaliana, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Haus Kecamatan Panakkukang Kota Makassar (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Alfian, N., & Nilowardono, S. (2019). The Influence of Social Media Marketing Instagram, Word of Mouth and Brand Awareness of Purchase Decisions on Arthenis Tour and Travel. IJEBD (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development), 2(2), 218-226.
- Anantasiska, V., Suhud, U., & Usman, O. (2022). The effect of social media marketing activities on purchase intention: A case study on e-commerce consumers. The International Journal of Social Sciences World (TIJOSSW), 4(1), 101-114.
- Andi Sernovitz., (2012), Word Of Mouth Marketing, by Greenlaf Book Group Press
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022, March). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). In FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN-SINTA 4 (Vol. 11, No. 2, pp. 228-241).
- Angelia, D., 29 September 2022. 5 Minuman Kekinian Favorit Masyarakat, Ada Esteh Indonesia. 14/07/2023. <https://goodstats.id/article/5-minuman-kekinian-favorit-masyarakat-indonesia-2022-ada-esteh-indonesia-dd6f8>
- Angelyn, A., & Kodrat, D. S. (2021). The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision with Brand Awareness as Mediation on Haroo Table. International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE), 1(1), 16-24.
- Anggriyani, S.D., 02 September 2022. Haus : Berawal Dari Satu, Kini Membuka Ratusan Cabang. 17/08/2023. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/haus-berawal-dari-satu-kini-membuka-ratusan-cabang>
- Ansari, S., Ansari, G., Ghorri, M. U., & Kazi, A. G. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. Journal of Public Value and Administration Insights (JPVAI), 2(2), 5-10.

- Arianty, N., & Liyuwandari, V. (2021, August). Brand Awareness Dan Sales Promotion Terhadap Purchase Decision Produk Fashion H&M Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). In Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora (Vol. 1, No. 1, pp. 166-177).
- Baratum.com., 15 Februari 2023. Ini Dia 7 KPI Marketing yang perlu di ukur Dalam Bisnis. 27/08/2023. <https://www.barantum.com/blog/kpi-marketing/>
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & AD, Y. S. M. (2021, October). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. In Forum Ekonomi (Vol. 23, No. 4, pp. 648-657).
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hariyanto, R. C., & Wijaya, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 198-205.
- Henneke., 18 juni 2012. 11 Cara Untuk Membosankan Pembaca Anda. 11/09/2023. <https://copyblogger.com/boring-writing/>
- Hidayati, H. A. (2013). Faktor-Faktor yang Membentuk Komunikasi Word of Mouth dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Ketan Legenda Batu) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Ishak, A. (2012). Analisis kepuasan pelanggan dalam belanja online: Sebuah studi tentang penyebab (Antecedents) dan konsekuensi (consequents). *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2).
- Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Pati 59100. *Pro Mark*, 11(1), 10-10.
- Kembaren, J. B. B. S., & Indriastuti, H. H. (2021). Measuring The Retail Mix on Purchase Decisions During Covid-19 Pandemic. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(3), 2684-2696.
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.

- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kreditplus.com., Kesalahan Yang Harus Dihindari Dalam Melakukan Bisnis Online di Media Sosial. 28/08/2023. <https://www.kreditplus.com/en/article/read/kesalahan-yang-harus-dihindari-dalam-melakukan-bisnis-online-di-media-sosial>
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk dan word of mouth terhadap kepuasan konsumen serta implikasinya pada keputusan pembelian smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 34-44.
- Maulida, A. R., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(1), 27-37.
- Moh. Nazir. 2014. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia
- Mujiatun, S. (2021). The appeal of advertising and word of mouth to online shopping interests on shopee application. *International Journal Reglement & Society (IIRS)*, 2(1), 45-53.
- Munir, A. R., Maming, J., Kadir, N., Ilyas, G. B., & Bon, A. T. (2019). Measuring the effect of entrepreneurial competence and social media marketing on small medium enterprises' competitive advantage: a structural equation modeling approach. In *International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. <https://www.researchgate.net/publication/335840479>.
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8(2), 741-773.
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian skincare MS GLOW. *Jurnal manajemen modal insani dan bisnis (jmmib)*, 2(1), 50-57.
- Ninja Team., 13 Januari 2023. Brand Sulit diingat Konsumen? Ini 7 Penyebabnya. 10/09/2023. <https://blog.ninjapress.co/sebab-brand-sulit-diingat/>
- Noti, F. B., Widodo, H. P., & Setiamandani, E. D. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Kae Thai Tea Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 33-43.

- Nurchahyo, B. H., & Khasanah, I. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Taman Joglo Cafe Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 427-442.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183-188.
- Nurlatifah, S. Z., & Masykur, R. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Word Of Mouth (Wom) dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (Btm) Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(3), 163-184.
- Oktriwina, A.S., 22 Desember 2020. Kenali Brand Recognition, Tanda Kesuksesan Sebuah Bisnis. 28/08/2023. <https://glints.com/id/lowongan/brand-recognition-adalah/>
- Populix., 2021., 10 Brand Minuman Kekinian yang Paling Digemari Masyarakat. 28/07/2023. <https://info.populix.co/articles/10-brand-minuman-kekinian-yang-paling-digemari-masyarakat/>
- Pratama, R. I., Megadini, D. D., & Kusriandini, T. (2019). Effect of perceived ease of use, word-of-mouth communication, and brand image on decision to use Lazada E-commerce services. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(1), 173-186.
- Purwaningsih, N., & Susanto, F. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Dirga Mahar. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).
- Putra, F. W., & Sulistyawati, E. (2018). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Rumah Makan Bakmi Tungku di Kabupaten Badung) (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Rahmawati, A. R. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J. Co Donuts and Coffee Kota Samarinda. *J. Adm. Bisnis Fisipol Unmul*, 9(1), 17.
- Ramadhani, A., Fauzi, A., & Absah, Y. (2021). The Influence of Brand Awareness, the Knowledge and Halal Label on Purchase Decision of Cosmetics Emina through to Reference Group as a Moderating Variable on the Generation Y and Generation Z in the City of Medan. *International Journal of Research and Review*, 8(1).

- Redcomm.com., Yuk Bongkar Rahasia Algoritma Media Sosial Di 2023. 25/08/2023. <https://redcomm.co.id/knowledges/rahasia-algoritma-medsos-2023>
- Riadi, M., 08 Juli 2022. Brand Awareness (Tingkatan, indikator, dimensi, dan strategi). 26/08/2023. <https://www.kajianpustaka.com/2022/07/brand-awareness.html>
- Sagiyanto, A., & Sulfiah, A. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Produk Haus Melalui Akun@ Haus. Indonesia. Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, 5(2), 97-114.
- Santy, R. D., & Atika, S. D. (2020, January). Purchasing decisions in terms of perceived quality and product knowledge. In *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities–Economics, Business and Management Track (ICOBEST-EBM 2019)* (pp. 94-99). Atlantis Press.
- Santy, R. D., Habibillah, M. I., Dimiyati, Y. R., Nofia, V. S., Luckyardi, S., Gaol, T. V., & Oktafiani, D. (2021). Artificial Intelligence as Human Behavior Detection for Auto Personalization Function in Social Media Marketing. *International Journal of Research and Applied Technology (INJURATECH)*, 1(1), 25-34.
- Saputra, M., 13 September 2021. 8 Ragam Pembayaran Pada Toko Online Untuk Memudahkan Pelanggan. 10/09/2023. <https://www.duitku.com/8-ragam-pembayaran-pada-toko-online-untuk-memudahkan-pelanggan/>
- Sarah, K. S., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Analisis Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Clothing Linkswear. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 12(3), 397-411.
- Sari, N. A., Senin, 21 Oktober 2022. Kondisi Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia. 12/07/2023. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalu/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Shabbir, M. Q., Khan, A. A., & Khan, S. R. (2017). Brand loyalty brand image and brand equity: the mediating role of brand awareness. *International journal of innovation and applied studies*, 19(2), 416.
- Siregar, A. P., Tannady, H., Jusman, I. A., Cakranegara, P. A., & Arifin, M. S. (2022). Peran Harga Produk Dan Brand Image Terhadap Purchase

- Decision Produk Cold Pressed Juice Re. Juve. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 3(5), 2657-2665.
- Sis.binus.ac.id., 27 Juli 2020. Mengenal Jenis dan Tingkatan Brand Awareness. 27/08/2023. <https://sis.binus.ac.id/2020/07/27/mengenal-jenis-dan-tingkatan-brand-awareness/>
- Suastika, I.M., 11 April 2023. Minuman Kemasan Yang Paling Laris dan Sering Di Beli di Indonesia. 10/09/2023. <https://www.pinhome.id/blog/minuman-kemasan-yang-paling-laris-dan-sering-di-beli-di-indonesia/>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. CV
- Sulistio, A. B. (2021). Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis.
- Susan Gunelius., (2011)., 30 Minute Social Media Marketing.
- Sutisna, M., & Sarah, I. S. (2022). Analisis Keputusan Pembelian BTS Meal: Tinjauan Pemilihan Produk, Merek, Penyalur, Kuantitas Pembelian, Waktu Pembelian, dan Metode Pembayaran. Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi, 8(1), 47-59.
- Sutrasmawati, R. E. (2016). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. Management Analysis Journal, 5(4).
- Sutrisno, S. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram, Persepsi Biaya Pendidikan Dan Brand Recognition Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stie Wiyatamandala. Jurnal Bina Manajemen, 9(1), 72-91. Consumption
- Tee, J., Erdiansyah, R., & Aulia, S. (2020). Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang di Indonesia. Prologia, 4(1), 18-24.
- Tranggono, D., Putri, A. N., & Juwito, J. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Nacific di Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific pada Followers Akun@ nacificofficial. id. Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(2), 141-155.
- Tribunjabar, M., 16 Februari 2023., Brand Minuman Haus Luncurkan Menu Baru Yang Kekinian, Hasil Kolaborasi dengan KitKat. 18/07/2023. <https://jabar.tribunnews.com/2023/02/16/brand-minuman-haus-luncurkan-menu-baru-yang-kekinian-hasil-kolaborasi-dengan-kitkat>
- Umi Narimawati. 2010. Metodologi Penelitian : Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi. Jakarta : Genesis.

- Umi Narimawati., Sri Dewi Anggadini., Linna Ismawati. (2011), Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Pertama, Genesis. Pondok Gede, Bekasi
- Upadana, M. W. K., & Pramudana, K. A. S. (2020). Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(5), 1921-1941.
- Veronica, M. T., & Ilmi, I. M. B. (2020). Minuman kekinian di kalangan mahasiswa Depok dan Jakarta. *Indonesian journal of health development*, 2(2), 83-91.
- Wahdiniwaty, R., & Susilawati, E. (2017). Pengaruh Kepribadian Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Produk Novel Di Toko Buku Bandung Book Center Wilayah Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1).
- Wahdiniwaty, R., Firmansyah, D., Suryana, A., Dede, D., & Rifa'i, A. A. (2022). Mystery in Marketing Management Products Post COVID-19 as a Model of Survival Strategy Towards the Awakening of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Digital Economy Era. *Khazanah Sosial*, 4(1), 187-210.
- Wahdiniwaty, R., Setiawan, E. B., & Wahab, D. A. (2018, November). Implementation of Recommendation Model for Determining the Marketing Area Location of Creative Industry Products. In *International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018)* (pp. 42-46). Atlantis Press.
- Yulianti, Y., & Deliana, Y. (2018). Gaya hidup kaitannya dengan keputusan konsumen dalam membeli minuman kop. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 39-50.
- Zahroh, A. (2020). Pengaruh Brand image dan Gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada kopi janji jiwa di royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2).
- Zulfikar, R., & Novianti, L. (2018). Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus: Sentra Kain Cigondewah Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 8(2).