

DAFTAR PUSTAKA

- Adi B., dan Hermansyur, H. M. 2018. Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1) : 64-72.
- Adonis, M. R., dan Silintowe, Y. B. R. 2021. Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *JURNAL CAPITAL: Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1) : 118-138.
- Agustiningrum, D., dan Andjarwati, A. L. 2021. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3) : 896-906.
- Adi A. N. 2019. Analisis Kompensasi Lingkungan kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Di PT. Margahayu Raya Bandung. Tesis. Bandung : Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Komputer Indonesia.
- Asyiah, S. 2019. Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bandung Makuta (Survei pada Konsumen Bandung Makuta Cabang Van Deventer). Skripsi. Bandung : Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas.
- Ami, J. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Kecamatan Tarumajaya. Skripsi. Jakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta
- Annisa, R., Nugraha, N. D., dan Aditya, D. K. 2020. Perancangan Media Edukasi Mengenai Pengenalan Ragam Dan Manfaat Teh Di Jawa Barat. *eProceedings of Art & Design*, 7(2) : 1925-1934
- Anugerah, R. 2022. Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Teh Indonesia Cabang Delima Pekanbaru. Skripsi. Riau : Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Riau.
- Apriani, R. 2021. Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di shopee.co.id Kota Pekanbaru. Skripsi. Riau : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru.
- Apriany, A., dan Gendalasari, G. G. 2022. Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra

Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1): 105-114.

Arfandi, M. W., dan Arif, M. E. 2022. Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Intensi Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(3) : 270-276.

Amanty, N., dan Andira, A. 2021. Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1) : 39-50.

Angella, I. R. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelndid. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 3(2) : 215-221.

Anggrita, I., Lapian, J. S., dan Lumantow, R. Y. 2021. Pengaruh Viral Marketing, Store Atmosphere, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuya Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3) :437-446.

Asutun, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., dan Sari, R. J. 2021. Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(1) : 897-910.

Banahky, S., Yogatama, A. N., dan Mustikowati, R. I. 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *JISOS: JURNAL ILMU SOSIAL*, 1(2) : 85-104.

Budi P. V. D. S. dan Yasa, N. N. K. 2023. *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Beli Ulang: Konsep dan Aplikasi Pada Studi Kasus*. Cilacap: Media Pustaka Indo.

Damanik, B. E. 2019. Pengaruh Fasilitas Dan Lingkungan Belajar Terhadap Motivasi Belajar. *Publikasi Pendidikan*, 9(1) : 46-52.

Darma, B. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Bogor: Guepedia.



Elwisam, E., dan Lestari, R. 2019. Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2) : 277-286.

Erri, D., Lestari, A. P., dan Asymar, H. H. 2021. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Melzer Global Sejahtera Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(9) : 1897-1906.

Fetrisen., dan Aziz, N. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek

Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia. *Artikel*. Padang : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”.

Fikriyah, S., Mayasari, A., Ulfah, U., dan Arifudin, O. 2022. Peran Orang Tua Terhadap Pembentukan Karakter Anak Dalam Menyikapi Bullying. *Jurnal Tahsinia*, 3(1) : 11-19.

Fitrianna, H., dan Aurinawati, D. 2020. Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3) : 409-418.

Furqan, M. A. 2020. Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(1) : 79-90.

Gradani, A., Muhar, A. M., dan Sari, A. I. 2022. Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Mediasi Brand Awareness. *Insight Management Journal*, 2(3) : 110-118.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Giyatmi, G., Levyda, L., dan Azni, I. N. 2018. Wisata Teh: Sebuah Studi Kasus Di Pantjoran Tea House. *Jurnal Industri Pariwisata*, 1(2) : 135-147.

Halim, A., Djaelani, A. K., dan Anwarudin, M. K. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kafe Es Teh Indonesia Tlogomas Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(1) : 816-827.

Hamzah, A. A. N. M. A. 2020. Nilai-Nilai Pendidikan Islam dalam Buku “Tuhan Tidak Perlu di Bela” Karya KH Adurrahman Wahid. *Skripsi*. Malang : Fakultas Agama Islam. Universitas Islam Malang.

Hernaeny, U. M. P. 2021. *Populasi Dan Sampel. Pengantar Statistika 1*, Bandung : Media Sains Indonesia.



Hootsuite (*We are Social*): Indonesian Digital Report 2022. (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>), (diakses tgl. 19 April 2023 : Pk 13.40).

<https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Penguatan-Ekosistem-Digital-dalam-Sektor-Ekonomi-Kreatif-di-Indonesia>, (diakses tgl. 11 November 2023 : Pk 20.00).

<https://markbro.com/strategi-pemasaran-di-era-industri-4-0/> (diakses tgl. 26 November 2023 : Pk 19.20).

<https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/14-jenis-industri-kreatif-yang-menjanjikan>, (diakses tgl. 12 November 2023 : Pk 17.48).

<https://www.estehindonesia.com/news/7-esteh-indonesia-kenalkan-reza-rahadian-sebagai-duta-and-launching-fresh-fruit-series>, (diakses tgl. 15 Oktober 2023 : Pk 00.51)

Hutagaol, R. S. R., dan Safrin, F. A. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening. *Journal of Social Research*, 1(7) : 761-772.

Kaangi, N. J., Tamengkel, L. F., dan Walangitan, O. F. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1) : 44-54.

Kotler, P., dan Keller, K. L. 2018. *Marketing Management Global Edition*. Edisi 15. Perpustakaan Nasional RI : Online Public Access Catalog.

Khu T. T., Tumbel, A. L., dan Wenas, R. S. 2019. Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Di Sang Pisang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3) : 2801 – 2810.

Lara A. 2022. Selain Esteh Indonesia, Ini Daftar Minuman Es Teh Populer di Indonesia. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220926/52/1581286/selain-esteh-indonesia-ini-daftar-minuman-es-teh-populer-di-indonesia>, (diakses tgl. 11 November 2023 : Pk 19.35).

Lustono, dan Cahyani, F. L. 2020. Pengaruh Media Promosi Digital Atau Online Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanjadolo Online Shop Di Kecamatan Banjarnegara. *Medikonis*, 20 (1) : 11-24.

Manik, T. S. B., Dhika, A., dan Fitri, N. 2022. Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Ms Glow. *Prosiding Konferensi Nasional Social dan Engineering Polmed (KONSEP)*. 3(1) : 122-134.

Martias, L. D. 2021. Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 16(1) : 40-59.

Martini, A. N., Feriyansyah, A., dan Venanza, S. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44-53.

Maryati. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Skripsi*. Batam : Universitas Putra Batam.



Maulida, A. R., Hermawan, H., dan Izzuddin, A. 2022. Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(1) : 27-37.

Muham, S. N. 2019. Penggunaan Celebgram (Celebrity Endorser Instagram) dalam Promosi Produk MD Clinic by MD Glowing Skin. *Jurnal Desain*, 6(03) : 207-217.

Mulyaputri, V. M., dan Sanaji, S. 2021. Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1) : 91-101.

Murti, P. D. B. 2022. Inovasi Produk Pangan dari Kopi. <https://unkartur.ac.id/blog/2020/10/25/inovasi-produk-pangan-dari-kopi/>, (diakses tgl. 12 November 2023 : Pk 18.45).

Nasir, A. 2021. *Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*. Indramayu : Penerbit Adab CV. Adanu Abimata.

Nggilu, M., Tumbel, A., dan Djemly, W. 2019. Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3) : 2691 – 2700.

Oetri, A. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Pada Klinik Kecantikan Ertos Buaran, *Skripsi*. Jakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Permatasari, B., dan Maryana, S. 2021. Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2) : 62-69.

Pranoto, I. M. A., dan Giantari, I. G. A. K. 2022. *Membangun Brand Loyalty Mobile Banking Berbasis Celebrity Endorsement Credibility*. Bandung : Media Sains Indonesia.

Purwaningsih, N., dan 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) : 1-13.

Rachmawati, S. D., dan Andjarwati, A. L. 2020. Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1) : 25-29.

Rahman, D., dan Kurniawati, D. 2021. Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran Umkm (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Di Kabupaten



Sumenep). *Wacana Equiliberium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 9(2) : 112-122.

Ramadhan, A., Naswandi, C. N., dan Herman, C. M. 2020. Fenomena Endorsement Di Instagram Story Pada Kalangan Selebgram. *Kareba : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2) : 316-329.

Ramawati, E. 2019. Analisis Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Return On Asset Biaya Operasional Pendapatan Operasional, Dan Net Interest Margin Terhadap Loan To Deposit Ratio Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan (Studi Pada Bank Devisa Periode 2014-2017). *Skripsi*. Gresik : Universitas Muhammadiyah Gresik.

Razak, I., Nirwanto, N., dan Triatmanto, B. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2) : 1-14.

Rimbasari, A., Widjayanti, R. E., dan Thahira, A. 2023. Pengaruh Viral Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Tiktok. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(2) : 457-466.

Riyanto, S. dan Aglis, A. H. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.

Rosyada, M. 2022. Analisis Pengaruh Brand Awareness, Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2) : 213-218.

Sahir, S. H. 2021. *Metodologi Penelitian*. Universitas Medan Area : KBM Indonesia

Sah, H. M. Y., dan Said, M. S. E. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies (Vol. 1)*. Makassar : Sah Media.

Santoso, J. B. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(01) : 127-146.



Setrawan, L. 2018. Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi pada Produk Green Tea Esprescielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1) : 53-60.

Shabriani, A. 2023. Franchise Es Teh Indonesia: Biaya Franchise, Syarat dan Cara Daftar. <https://evermos.com/home/panduan/franchise/minuman/es-teh/>, (diakses tgl. 31 Oktober 2023 : Pk 12.54)

Shimp, T. A., dan Andrews, J. C. 2018. *“Advertising, Promotion, And Other Aspects Of Integrated Marketing Communication.”*, Edisi 9. USA : South-Western Cengage Learning



- Sholihin, M. R., Arianto, W., dan Khasanah, D. F. 2018. Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia. *Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital*, 1(1) : 149-160.
- Siddik, M. 2023. Esteh Indonesia Gaet Reza Rahadian, Kenalkan Menu Baru. <https://bisnisbanten.com/kenalkan-menu-baru-esteh-indonesia-gaet-reza-rahadian/>, (diakses tgl. 18 Oktober 2023 : Pk 19:59).
- Siddik, S. 2022. Es Teh Indonesia Somasi Konsumen Usai Kritik Minuman Terlalu Manis. <https://katadata.co.id/syahrizalsidik/berita/63301d66f262c/es-teh-indonesia-somasi-konsumen-usai-kritik-minuman-terlalu-manis>, (diakses tgl. 5 Mei 2023 : Pk 17.45).
- Sigara D., Soepeno, D., dan Tampenawas, J. 2021. Pengaruh Brand Ambassador, Viral Marketing dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4) : 841-850.
- Sitompul, S. 2022. Kecurangan (Fraud) Ditinjau Dari Sisi Kualitas Pelaksanaan Good Corporate Governance, Size Serta Kompleksitas Perbankan Perbankan Syariah. *Sintaksis: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2(1) : 26-36.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta,
- Suhami, S. 2023. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(3) : 48-61
- Syahradi, A. 2022. Franchise Es Teh Indonesia, Ini Syarat dan Cara Daftarnya. <https://www.akurat.co/mikro/1302373717/Franchise-Es-Teh-Indonesia-Ini-Syarat-dan-Cara-Daftarnya>, (diakses tgl. 15 Oktober 2023 : Pk 19.15)
- Tendean, M. R., Mananeke, L., dan Roring, F. 2020. Pengaruh Viral Marketing, Store Location Dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di McDonald's Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1) : 146 – 155.
- Tresnawati, Y., dan Prasetyo, K. 2022. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 43-57.
- Wahyu Nugroho. 2022. *Buka 50 Outlet Secara Serentak, Esteh Indonesia Sabet Rekor MURI*. <https://lifestyle.sindonews.com/read/809645/185/buka-50-outlet-secara-serentak-esteh-indonesia-sabet-rekor-muri-1656266817>, (diakses tgl. 19 Januari 2024 : Pk 02.08)
- Winarno, M. E. 2018. *Buku Metodologi Penelitian*. Malang : Universitas Negeri

Malang (Um Press).

Wulandari, A., Purwati, A. A., dan Alfani, M. H. 2019. Pengaruh Brand Awareness, Harga, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Pada Mahasiswa/I Pelita Indonesia Pekanbaru. *Procurati. Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2) : 238-249

Yanti, N. D., dan Kamil, K. 2020. Pengaruh Daya Tarik dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Ojek Online (Go-Ride). *Skripsi*. Jakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Zakki, R. R. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Brand Awareness Dan Brand Attitude Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Wardah Cosmetic Di Kabupaten Sumenep. *Skripsi*. Sumenep : Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Wiraraja.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

