

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, N., & Nilowardono, S. (2019). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram , *Word of Mouth* dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Arthenis Tour and Travel. *Jurnal Internasional Kewirausahaan Dan Pengembangan Bisnis*, 2(2), 218–226.
- Ansari, S., Ansari, G., Ghori, M. U., & Kazi, A. G. (2019). Dampak Kesadaran Merek dan Pemasaran Konten Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Nilai Publik Dan Wawasan Administrasi (JPVAI)*, 2(2), 5–10.
- Astutik, Y. (2020, Desember 02). BRI Ventures Suntikkan Rp 30 M ke *Startup* Minuman Kekinian. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/https://www.cnbcindonesia.com/tech/20201202141121-37-206324/bri-ventures-suntikkan-rp-30-m-ke-startup-minuman-kekinian>
- Febriyani, C. (2019, Desember 01). *Ramai-ramai Contek Ide Minuman HAUS!* Diambil kembali dari <https://akurat.co>: <https://akurat.co/gayahidup/id-884525-read-ramairamai-contek-ide-minuman-haus>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.*
- Ghulam, D. M., Paramansyah, A., & Ernawati. (2020). Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah Volume 2 No 1 (2020)*, 88-107.
- Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed). United States : Pearson.*
- Haus! Indonesia. (2020, November 20). Diambil kembali dari <http://haus.co.id/>
- Indra P., I., & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Sleman, Yogyakarta: Group Penerbitn CV Budi Utama.
- Kementerian Informasi dan Informatika. (2017, Maret 30). *Peluang Besar Jadi Pengusaha Di Era Digital*. Diambil kembali dari kominfo.go.id: <https://kominfo.go.id/content/detail/9503/peluang-besar-jadi-pengusaha-di-era-digital/0/berita>
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana. Vol. 4. No. 1 Januari 2016.*
- Lidyana, V. (2019, Oktober 27). *Bisnis Boba Lagi Ngetren, Waspada Seleksi Alam*. Diambil kembali dari finance.detik.com:

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4761599/bisnis-boba-lagi-ngetren-waspada-seleksi-alam>

- Maulidi, R. A., & Dra. Ai Lili Yuliati, M. (2017). Pengaruh Tingkat *Brand Awareness* terhadap Minat Beli Apple iPhone. *ISEI Business and Management Review Vol. I, No. 1, Maret 2017*, 7 – 18.
- Mukaromah, A. L., Kusuma, I. G. N. A. E. T., & Anggraini, N. P. N. (2019). Pengaruh Pemasaran Hijau , Kesadaran Merek dan Persepsi Harga pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Internasional Bisnis Terapan & Internasional Pengelolaan*, 4(3).
- Nisak, B. F., Nufus, H., & Ekasar, R. (2017). Hubungan Pengetahuan dan Minat Bidan terhadap Penerapan Lotus Birth. *STIKES Insan Cendekia Medika Jombang Volume 14 No. 1 September 2017*.
- Novansa, H., & Ali, H. (2017). Model Keputusan Pembelian: Analisis Citra Merek, Kesadaran Merek dan Harga (Studi Kasus Produk UKM SMECO Indonesia) 1. *Saudi J. Humaniora Soc. Sci. ; Vol-2, Iss-8 (Agustus, 2017): 621-632, 02(8), 621–632*.
- Rizal, M., Nafis, Z., & Bulan, P. L. (2016). Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan Kolam Renang Mutiara Waterpark Perumnas Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.5, No.1, Mei 2016*.
- Romadhoni, A., & Suprihhadi, H. (2014). Pengaruh Kesadaran Merek, Asoisasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene Di Surabaya. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Saragih, M. G., & Surya, E. D. (2018). Analisis Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan. *Konferensi Internasional Perspektif Dan Kebijakan Asean*, 2(2), 69–74.
- Sartika, S., & Mawardah, M. (2019). Keputusan Pembelian Pada *Brand Awareness* Sepatu Pakalolo. *Jurnal Ilmiah PSYCHE Vol.13 No.1 Juli 2019*, 59-70.
- Siregar, S. (2016). Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.
- Steven, & Sari, A. F. (2019). Pengaruh Promosi dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *LPPM STIE Indonesia Pontianak. Volume 9, No. 1, Januari 2019*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung : Alfabeta, CV*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. *Bandung: Alfabeta*.

- Sunaryo, & Sudiro, A. (2017). Dampak Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian : Mediasi Pengaruh Logo Halal dan Keyakinan Agama pada Makanan Halal di Malang Indonesia. *Prosiding Konferensi Riset Bisnis Internasional Sydney, Novotel Sydney Central, Sydney, Australia, 24-26 Maret 2017*, 24–26.
- Populix. (2020, September 22). 10 *Brand* Minuman kekinian yang Paling Digemari Masyarakat. Retrieved from <https://www.info.populix.co/:https://www.info.populix.co/post/10-brand-minuman-kekinian-yang-paling-digemari-masyarakat>
- Wibowo, N. E. (2017). Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. *e-Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.2 Agustus 2017*.