

Daftar Pustaka

- angelia, diva. (2022, May 24). Mengenal 7 Minuman Boba Favorit Masyarakat Indonesia 2022. <https://Goodstats.Id/Article/Mengenal-7-Minuman-Boba-Favorit-Masyarakat-Indonesia-2022-KTc6E>.
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85–94.
- Bachriansyah, R. A. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Faculty of Economics and Business > Department of Management*.
- Djunaid, I. S. (2018). Analisa Bauran Pemasaran (Marketing mix) Jasa Penginapan Berbasis Syariah Di Hotel Sofyan Inn Srigunting Bogor. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 1(1).
- Efendi, A. S. J. U. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran - Plus Tren Terkini Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing, dan E-Marketing. *Atma Jaya Catholic University of Indonesia. Penerbit : Andi Yogyakarta*.
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Edisi 5)* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. In *Accountability* (Vol. 6, Issue 1). <https://doi.org/10.32400/ja.16023.6.1.2017.18-27>
- Grab. (2019, April 30). Demam Bubble Tea di GrabFood! <https://www.Grab.Com/Id/Press/Tech-Product/Demam-Bubble-Tea-Di-Grabfood/>.
- Haryati, N., Putri, R. W., Syah, Y. A., Ramadhani, M., Nugroho, B. C., & others. (2022). WOM as The Mediator of Marketing Mix to Customer Satisfaction in Covid-19 Pandemic. *INTERNATIONAL RESEARCH JOURNAL OF BUSINESS STUDIES*, 14(2), 147–157.
- Jogiyanto, H. (2016). Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. Edisi 6. *Yogyakarta: BPFE*.
- Kaunang, W., Muzendi, A. M., & Sari, A. P. (2022). PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) 7P TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Sosio Agri Papua*, 11(2), 94–102.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles of Marketing | Pearson. In *Pearson*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital | Philip Kotler,. In *Book*.

- kulo group. (2021). *about kulo group*. <https://Kulogroup.Com/About/>.
- Kusuma, L. (2019). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Brand Love melalui Kepuasan Konsumen pada Koi Thé di Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Lovelock, C. H., Patterson, P. G., Walker, R. H., & others. (2007). *Services marketing: an Asia-Pacific and Australian perspective*.
- Mardia, M., Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., Tanjung, R., Irdawati, I., Tjahjana, D., & others. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Monavia Ayu Rizaty. (2022, May 3). Chatime vs Xiboba, Mana yang Lebih Disukai Konsumen? <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/05/03/Chatime-vs-Xiboba-Mana-Yang-Lebih-Disukai-Konsumen>.
- Mugiantoro, A. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Kamar Superior Di Hotel Orchardz Gajah Mada Pontianak. *Fakultas Ekonomi*.
- Mustaqimah, A., Hartoyo, H., & Nurmalina, R. (2019). Marketing mix effect towards customer satisfaction and loyalty: Case study of Rejuve cold-pressed drinks. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*, 5(3), 310.
- Saidani, B., & Sudiarditha, I. K. R. (2019). Marketing mix-7Ps: The effect on customer satisfaction. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 7(1), 72–86.
- SariWangi. (2019, October 1). Mengenal Asal Mula Bubble Tea, Minuman yang Semakin Diminati. [https://www.Tehsariwangi.Com/Artikel/Mengenal-Asal-Mula-Bubble-Tea-Minuman-Yang-Semakin-Diminati](https://www.tehsariwangi.com/artikel/mengenal-asal-mula-bubble-tea-minuman-yang-semakin-diminati).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. In *Edisi I. Yogyakarta: Andi*.
- Wardhana, A. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. In *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (Vol. 1, pp. 113–126). <https://www.researchgate.net/publication/354233995>
- Wicaksana, W. (2020). Pentingnya Kepuasan Pelanggan pada suatu bisnis. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 317–323.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2010). Services marketing strategy. *Wiley International Encyclopedia of Marketing*.